

HOW DO YOU COPE WITH CONSTANT CHANGE? STAY IN FRONT OF IT →→

Government
Publications

CBC | RADIO-CANADA ANNUAL REPORT 2006-2007

CA1
BC
- A55



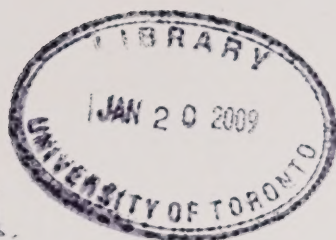


RAPID, UNPRECEDENTED CHANGE.

HERE IT COMES →→

CANADIAN SOCIETY IS CHANGING AT AN UNPRECEDENTED PACE. SO IS BROADCASTING TECHNOLOGY AND THE CANADIAN BROADCASTING INDUSTRY. AND, TO ENSURE WE STAY RELEVANT TO CANADIANS, CBC | RADIO-CANADA IS CONTINUALLY EVOLVING TO STAY AHEAD OF THIS CONSTANT CHANGE.





CONTENT IS KING

We're bringing audiences unique Canadian content available nowhere else. And we're delivering that content through both traditional and innovative services like the Internet, satellite radio, podcasts, streaming video for cell phones and PDAs, and much more.

STIRRING THINGS UP

We're continually renewing our programming to give Canadians more of what they tell us they want – programs that are challenging, informative and resonant, but also entertaining.

UP CLOSE

We're connecting more closely with Canada's communities and regions through deeper coverage of local and regional news, arts and culture – and we're giving audiences more ways to tell us what stories are most important.

In 2006–2007, we reached out to more Canadians in more ways than ever before.

AND WE'RE FAR FROM FINISHED.




RAPID, UNPRECEDENTED CHANGE.

TABLE OF CONTENTS

President and CEO and Acting Chair's Message	2
Board of Directors	7
Governance	8
Public Accountability	11
Vision, Mission, Values	12
Corporate Priorities	13
CBC Radio-Canada Services	14
Canada's National Public Broadcaster in Context	17
Highlights of 2006-2007	26
Management Discussion and Analysis	27
Key Performance Indicators	28
Media Lines' Goals and Achievements	32
Regional Reflection, Diversity and Serving the Community	49
Behind the Scenes	52
Financials	55





And Canadians Are Tuning In.

- 3.7 million: Viewership to the first episode of CBC Television's *Little Mosque on the Prairie*.
- 50%: Audience share in 2006-2007 for Télévision de Radio-Canada's show *Tout le monde en parle*.
- 13: Number of urban areas in which CBC Radio One local morning shows are number one or two in ratings.
- 16.7%: Audience share in Spring 2007 for Radio de Radio-Canada.
- 3 million: Number of unique visitors from home to *CBC.ca* every month.
- 1.5 million: Number of unique visitors from home to *Radio-Canada.ca* every month.
- 300,000: Number of subscribers to Sirius Canada Satellite Radio as of January 1, 2007 (six of Sirius Canada's 11 Canadian channels are provided by CBC | Radio-Canada).
- 1.4 million: Number of subscribers who tune in to *Galaxie* every week.

CONTINUED LEADERSHIP

IN THE EVOLUTION OF CANADIAN BROADCASTING →→

In just a few years, the landscape of Canadian broadcasting has changed almost beyond recognition. Canadians can now choose from hundreds, even thousands, of television channels, radio stations and websites, and new technologies are allowing them to gain access to that content whenever and however they want it.

At the same time, ownership of Canadian media is becoming concentrated in a few very large companies offering an ever-wider range of services but a declining diversity of opinion and perspectives. Yet the diversity of Canadian society increases steadily, as Canada welcomes immigrants from around the world.

In the midst of all these changes, Canada's national public broadcaster is not merely important, but essential. CBC|Radio-Canada helps counter the risk of social diversity becoming social fragmentation and isolation. We offer a unique public space where Canadians can connect with each other, the country and the world. We are where communities gather, seeking out unity in diversity.



RESPONDING EFFECTIVELY TO CHANGE

To be able to respond to and even lead the evolution of broadcasting in Canada, CBC|Radio-Canada must continually adapt to rapidly changing technology and to the evolving needs and preferences of Canadians.

CBC|Radio-Canada reaches more Canadians in more ways than ever before, and this year we continued to invest in new technologies and new services. Our 28 services include broadcast Television and Radio, Internet Television and Radio, satellite radio, podcasting, cell phones and personal digital assistants (PDAs), and more.

We have also made considerable progress on an unprecedented and ongoing renewal of our programming – a renewal that is capturing new audiences and increasing our traditional audiences with programming that engages, informs and challenges.

We have reason to be proud of these considerable achievements, but we understand that the challenges that rapid change brings will only be amplified over time, and we must keep changing and adapting. In 2006–2007, this process of continuous renewal yielded results that point to an exciting future.

AUDIENCES ARE EMBRACING OUR RENEWED PROGRAMMING

This year we increased our audiences by continuing to offer Canadians more of the programming they have told us they want – programming that is distinctively Canadian, entertaining, engaging, informative, and diverse.

In January 2007, the first CBC Television program to result from the network's entirely revamped program development process made a highly successful debut – in fact, viewership to the first episode of *Little Mosque on the Prairie* was 3.7 million. Overall, CBC Television increased the number of hours of Canadian entertainment programming it



offered this year, and a full slate of exciting new CBC Television programs will debut in the Fall.

In response to an in-depth survey of Canadians' needs and preferences, in March 2007 CBC Radio launched the first phase of major programming changes to CBC Radio One and CBC Radio 2. These changes are making CBC Radio 2 a unique showcase for the best of Canadian music in a wide range of genres, and expanding arts and culture coverage on CBC Radio One. Both networks achieved high audience shares in Spring 2007, with a combined share of 13.1 per cent, and Saturday and Sunday combined shares of 15 per cent and 17 per cent, respectively (BBM). In fact, CBC Radio One morning shows rank in the top three in 14 markets, including number one in Toronto, Vancouver, Ottawa, and Halifax.

This year, the ongoing integration of French Services across Television, Radio and Internet presented audiences with enriched programming. For example, new Radio programs and websites based on the Television programs *La semaine verte* and *L'heure de gloire* extended the range and depth of content available to audiences.

Télévision de Radio-Canada continued its repositioning in the competitive French-language

television market and once again maintained high levels of viewership. The network continued to refine its approach to public service programming that is credible, bold and innovative, open to the world and to different perspectives. Télévision de Radio-Canada presented 17 original dramas this year including 11 new shows, more than any other broadcaster in Canada. Audiences responded favourably: for example, this year *C.A.* earned a 20 per cent audience share; and the series, *Les hauts et les bas de Sophie Paquin*, an 18 per cent share. Returning shows, *Tout le monde en parle* and *Le match des étoiles*, had audience shares of 50 per cent and 26 per cent, respectively.

Radio de Radio-Canada had a record-level combined audience share of 16.7 per cent in Spring 2007 (BBM). Première Chaîne's *C'est bien meilleur le matin* remains one of the most popular morning shows in the Montréal Francophone market. The network's local morning show is number one in Québec City. This year, Première Chaîne launched a wide range of new programs, including *De remarquables oubliés*, about lesser-known figures from history, and *L'autre midi à la table d'à côté*, featuring two personalities who share a meal and their thoughts on timely topics, while Espace musique introduced new

programs that offered listeners an even wider range of music from all genres.

THE NEWS CANADIANS WANT

In response to Canadians telling us they wanted more local news available in whatever format they prefer, this year CBC News accelerated the integration of its

This year we increased our audiences by continuing to offer Canadians more of the programming they have told us they want.

local News services. In a pilot project launched in Vancouver in January 2007, CBC News is working to deliver a fully integrated, interactive, on-demand, 24-hour regionally driven and locally focused News offering that will be available to audiences via the platform of their choice. It will utilise CBC News' traditional strengths and provide a new level of service to its audiences. An important element is that community members will help us determine which stories are most important, contributing to our coverage of these stories, and receiving that coverage through Television, Radio, the Web, or on-demand technologies such as streaming video and text

CBC | Radio-Canada continued to lead in new broadcasting platforms and technologies that give audiences an ever-widening range of choices.

HERE IT COMES→→

messaging. We expect that the results of this project will help shape the direction of our local News services across the country.

REACHING MORE CANADIANS IN MORE WAYS

CBC | Radio-Canada continued to lead in new broadcasting platforms and technologies that give audiences an ever-widening range of choices.

The satellite radio service, Sirius Canada, in which CBC | Radio-Canada is a partner, offers our programming on six of its 11 Canadian channels, expanding our reach to audiences in the US and to all Canadians. In its first full year of operation, Sirius Canada reached twice as many subscribers as its main competitor.

Podcasts of CBC | Radio-Canada programs were remarkably successful: more than a million were downloaded every month. They attracted a new audience not only with music but also with News, information and science programs. Indeed, *Ideas*, *Quirks and Quarks*, *As It Happens*, *Christiane Charette*, *Les années lumière*, and CBC Radio 3's weekly podcast are our most popular downloads.

CBC.ca and *Radio-Canada.ca* retained their positions among Canada's top three English and French News and media websites. Every month, more than three million Canadians visit *CBC.ca*

and 1.5 million visit *Radio-Canada.ca* from their home. This year saw the launch of our new Internet Radio service, RCI viva, which broadcasts in eight languages to recent and aspiring immigrants to Canada, helping them learn about Canadian customs, culture and values.

Also this year, we proudly announced two key multi-year sports agreements – with the National Hockey League and FIFA – that will allow us to offer exciting coverage on not just Television and Radio, but also New Media, including mobile telephones and video-on-demand. The FIFA agreement will deliver soccer on our English and French services from 2007 to 2014. Our new six-year NHL agreement, which continues the oldest sports rights partnership in the world, is for English-language broadcast and multimedia rights, beginning with the 2008–2009 season.

FUNDAMENTAL FINANCIAL CHALLENGES

Our considerable achievements in 2006–2007 were made possible by a profound transformation of CBC | Radio-Canada over the past seven years. By becoming much more efficient and focused, we have generated \$78 million in ongoing annual savings and, in 2006–2007, more than \$80 million in non-advertising revenues. Yet we continue to face serious financial pressures that, if

not addressed, will limit our ability to offer Canadians the services they want and deserve.

CBC | Radio-Canada's funding today is 33 per cent less in constant dollars than it was in 1990 – yet we offer more services on more platforms than ever before. At the same time, production costs constantly rise, and we must continue to invest in emerging technologies to ensure that we remain relevant to Canadians.

For example, in 2009, television broadcasters in the United States will be required to shift entirely from analogue to digital transmission, which in effect will mean high definition television (HDTV). If CBC | Radio-Canada – and indeed all Canadian broadcasters – does not also make the transition to HDTV, Canadian audiences will quite understandably choose the much higher quality viewing experience offered by US broadcasters. Despite CBC | Radio-Canada's considerable success in generating internal savings and new revenues, our existing resources are insufficient to meet financial challenges such as funding a rapid transition to digital broadcasting and HDTV.

Another challenge is that broadcasting is a long-term business requiring investments today, especially for television, to produce programs in two or three years, but CBC | Radio-Canada is funded annually. This lack



of financial stability makes it extremely difficult for us to plan effectively. For this reason, the support that the Canadian Television Fund (CTF) provides to independent producers to create excellent Canadian programming is particularly vital to CBC|Radio-Canada. We air the most Canadian programming of all broadcasters, and offer it to Canadians in prime time when they are watching television. Without the support provided by the CTF, there would be very little Canadian programming that would capture Canadian experiences, sensibilities and perspectives, and showcase Canadian actors, writers and directors.

One way to both address our financial challenges and to clarify our role within Canadian broadcasting would be to institute a regular, formal and Government-led process of mandate review.

Finally, the revenue model based on advertising revenue, which has sustained conventional television for decades, is failing. Advertising revenues for conventional broadcasters are fragmenting because more and more channels are vying for marketing dollars, new technology is allowing viewers to skip commercials, and advertising spending is migrating

to the Internet and to other platforms.

Given these challenges, we are particularly pleased that the Federal Government, in late March 2007, confirmed additional funding of \$60 million for our Canadian programming across all of our services for each of the next two fiscal years.

WHAT DO CANADIANS WANT FROM PUBLIC BROADCASTING?

I believe that one way to both address our financial challenges and to clarify our role within Canadian broadcasting would be to institute a regular, formal and Government-led process of mandate review. Such a review, in whatever form it took, would spell out to Canadians exactly what to expect from their national public broadcaster in return for the significant public funding we receive. Such a process is common practice: for example, the BBC recently completed its ten-year mandate review, as have national public broadcasters in Ireland and South Africa.


The outcome of the mandate review process would be what I think of as a contract with Canadians, and it would answer a fundamental question: What do Canadians want from their national public broadcaster and how should this mandate be

funded? The undertaking would achieve two key objectives: it would give CBC|Radio-Canada the certainty we need to plan effectively, and it would make us even more accountable to Government and to our shareholders, the Canadian public.

A FAREWELL, AND A THANK YOU

In November 2007, my term as President and CEO of CBC|Radio-Canada will come to an end. My term has been marked by both constant challenge and by hard-won achievements. I believe that if CBC|Radio-Canada can achieve adequate, stable funding, we now have the creativity and flexibility required to successfully address the many challenges and opportunities the future will most certainly bring.

I want to express my gratitude to the CBC|Radio-Canada Board of Directors for their energy and for their commitment to public broadcasting, and to our dedicated and talented staff. Working with the Board, and with CBC|Radio-Canada's employees, has made my time here deeply gratifying.



ROBERT RABINOVITCH
PRESIDENT AND CEO
AND ACTING CHAIR



BOARD OF DIRECTORS →→

In accordance with the *Broadcasting Act*, the Board of Directors is responsible for the management of the Corporation. The Board is made up of 12 members, including the Chair and the President and CEO, who are appointed by the Government.

Robert Rabinovitch

President and CEO
(since November 1999)
Acting Chair, Board of Directors
(since September 19, 2006)
Ottawa, Ontario

Johanne Brunet

Marketing Professor
HEC Montréal
Montréal, Québec

Bernd Christmas

Senior Vice-President
and National Aboriginal
Practice Leader
Hill & Knowlton Canada
Vancouver, British Columbia

Hélène F. Fortin

Partner
GHL Chartered Accountants
Saint-Lambert/Brossard, Québec

Guy Fournier

Chair, Board of Directors
(October 6, 2005–
September 19, 2006)
Saint-Paul-d'Abbotsford, Québec

Peter Herrndorf

President and CEO
National Arts Centre
Ottawa, Ontario

Yasmin Jivraj

President and Co-owner
Acrodex
Edmonton, Alberta

Nezhat Khosrowshahi

Invest Investments Inc.
Vancouver, British Columbia

Howard McNutt

Partner
Goluch + Company
Halifax, Nova Scotia
(until December 2006)

Trina McQueen

President
Hutton-Belleville Inc.
Toronto, Ontario

K. (Raj) Sahi

Chairman and CEO
Morguard Corporation
Toronto, Ontario

Edna Turpin

Executive Consultant
St. John's Newfoundland
and Labrador
(since December 2006)

Director Attendance at Board and Committee Meetings

BOARD MEMBER	Board of Directors (6 regular meetings, 1 conference call and 2 special meetings)	Nominating and Governance Committee (4 meetings)	Human Resources and Compensation Committee (4 meetings)	Audit Committee (6 regular meetings and 1 conference call)	Standing Committees on English and French Broadcasting (3 meetings)	Special Committee on Public Support (6 regular meetings and 1 conference call)
Robert Rabinovitch	7/7	N/A	4/4	N/A	3/3	N/A
Guy Fournier ^{a)}	3/3	N/A	2/2	3/3	3/3	N/A
Johanne Brunet	7/7	N/A	N/A	7/7	3/3	7/7
Bernd Christmas	6/7	N/A	N/A	7/7	3/3	N/A
Hélène Fortin	7/7	N/A	N/A	7/7	3/3	N/A
Peter Herrndorf	7/7	4/4	N/A	N/A	3/3	7/7
Yasmin Jivraj	6/7	2/4	N/A	N/A	1/3	N/A
Nezhat Khosrowshahi	5/7	4/4	3/4	N/A	2/3	N/A
Howard McNutt ^{b)}	4/5	3/3	3/3	N/A	2/3	N/A
Trina McQueen	7/7	N/A	3/4	N/A	3/3	6/6
K. (Raj) Sahi	1/7	1/4	N/A	1/7	1/3	N/A
Edna Turpin ^{c)}	2/2	N/A	1/1	N/A	N/A	N/A

This report lists attendance from April 1, 2006–March 31, 2007.

Board meetings that take place over several days are counted as one meeting for the purposes of this report.

a) Guy Fournier resigned as Chairman September 19, 2006 after having tracked attendance until this date.

b) Howard McNutt's term ended in December 2006; attendance tracked until this date.

c) Edna Turpin joined the Board in December 2006.

GOVERNANCE →→

HIGHLIGHTS

THE BOARD'S ROLE IN STRATEGIC PLANNING

Director participation in strategic planning reviewed and enhanced

Under the guidance of the Nominating and Governance Committee, the Board re-examined its role in setting the strategic direction of the Corporation and adopted a more interactive and in-depth approach for the Board in connection with the 2006–2007 strategic planning cycle.

RISK MANAGEMENT

Corporate risk management framework strengthened

Led by the Audit Committee, the Board introduced several enhancements designed to strengthen Board oversight of the Corporation's risk management framework. These include regular reports to the Board, through the Audit Committee, on key Corporate risks; an annual assessment of the effectiveness of risk management strategies; and improved risk assessment and mitigation techniques.

CONFLICT OF INTEREST

Board conflict of interest disclosure process reviewed and clarified

The Nominating and Governance Committee conducted a review of the processes in place at CBC|Radio-Canada to disclose and manage possible conflicts of interest involving Directors. After examining several alternatives, the Committee endorsed the current process with the added requirement of regular reporting to the Committee on compliance with disclosure requirements and any other conflict of interest issues.

ASSESSMENT OF BOARD EFFECTIVENESS

Board evaluation completed June 2006

An independent governance consultant retained by the Corporate Secretary conducted a confidential Board evaluation and prepared a comprehensive report on the results for the Board, which was reviewed at the June 2006 Board meeting.

BOARD TRAINING

Board training on risk management, performance measurement and industry issues

Board members participated in several sessions during the year as part of the ongoing training and development offered to the Board.

BOARD INFORMATION

Guidelines for Board presentations reviewed and enhanced

There is regular dialogue between Management and the Board to ensure that the Board receives the information it needs to function effectively, and which will support and facilitate the decision-making process. Revised guidelines were crafted in 2006–2007 with the goal of improving the quality of Board materials and clarifying the expectations for Management in preparing material for the Board.

BOARD COMPOSITION

The Chair of the Board, Guy Fournier, resigned on September 19, 2006. As of the end of the fiscal year, the Government had not appointed a replacement. Pursuant to the provisions of the *Broadcasting Act*, the President and CEO is mandated to serve as Acting Chair during a vacancy in the Office of the Chair.

There was one other change in the Board during the year:

Howard McNutt of Halifax, Nova Scotia, was replaced by Edna Turpin of St. John's, Newfoundland and Labrador, following the expiry of Mr. McNutt's term.

BOARD COMMITTEES

Standing Committees on English- and French-language Broadcasting

These Committees are established pursuant to Section 45 of the *Broadcasting Act*. Their mandate is to monitor the fulfilment by the Corporation of its French- and English-language broadcasting responsibilities and its overall mandate, as set out in the *Act*.

Audit Committee

The Audit Committee mandate includes oversight of the integrity of the Corporation's financial information and reporting, the framework of internal controls and risk management, and the audit process.

Nominating and Governance Committee

The Nominating and Governance Committee mandate centres on the Board's governance framework, supporting guidelines and processes. Topics covered include: Terms of Reference for the Board, the Board Chair, the President and CEO, individual Directors, and Board Committees; the process for Board assessment; Board succession; Board orientation and training; and Code of Conduct and Conflict of Interest rules for Directors.

Human Resources and Compensation Committee

The Human Resources and Compensation Committee has oversight responsibility with respect to all aspects of the Corporation's Human Resources strategies, including Human Resources policies, executive compensation, succession

planning, industrial relations, health and safety, and the environment.

Special Committee on Public Support

The Special Committee on Public Support mandate is concerned with exploring ways, in conjunction with Management, to build public support for the Corporation.

DIRECTOR COMPENSATION

The Chair of the Board is compensated in accordance with the terms of the Order in Council appointing him/her.

Directors (excluding the Chair of the Board and the President and CEO) receive meeting fees for attendance at Board and Committee meetings in accordance with the following fee schedule:

- Board – \$2,000
(six meetings per year)
- Audit Committee – \$1,300
(six meetings per year)
- All other Committees – \$1,000
(usually four to six meetings per year)

For conference call meetings of the Board or a Committee, the meeting fee is \$250.

Directors are entitled to receive only one meeting fee for each day (24 hours) even if they attend more than one meeting during that period.

Directors do not receive an annual retainer for serving as a member of CBC | Radio-Canada's Board of Directors.

For 2006–2007, the total amount paid in Director compensation was \$127,037.50.

Photos page 6, top to bottom:

CBC News, Federal Election
Night coverage
Dragon Boys, CBC Television

Photos page 10, top to bottom:

Alexandre Courteau,
Bande à part, Sinus 93
Krysta Rudofsky, *Living Newfoundland and Labrador*, CBC Television
Christiane Charette
Première Chaîne, Sinus 138



PUBLIC ACCOUNTABILITY →→

Reporting to you: CBC | Radio-Canada has an obligation to report to Canadians on the fulfilment of its commitments. This is accomplished using a variety of communication channels and vehicles.

OPEN AND TRANSPARENT

CBC | Radio-Canada accounts for its activities through the Minister of Canadian Heritage to Parliament, through its Annual Report and Corporate Plan Summary; to the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) through year-end reports and annual financial returns; and to stakeholders through ongoing dialogue and interaction and CBC | Radio-Canada websites.

Here are examples of reporting instruments:

- Annual Report of CBC | Radio-Canada to the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC).
- Annual Reporting to Parliamentary Committees (Canadian Heritage, Official Languages, Public Accounts, Senate Committees).
- CBC | Radio-Canada Corporate Plan and Corporate Plan Summary.
- CBC | Radio-Canada Annual Report.
- Auditor General Special Examination Report.
- Auditor General Annual Attest Audit.
- Annual Report to the Department of Human Resources and Skills Development Canada (HRSDC) Employment Equity.
- Implementation of Section 41 of *The Official Languages Act* Report.
- Public Accounts of Canada.
- Posting of business travel and hospitality expenses of President and Chair on Corporate website.

JOURNALISTIC STANDARDS AND PRACTICES

CBC | Radio-Canada has an extensive code of Journalistic Standards and Practices and solid editorial control mechanisms to guide its employees and to ensure that those working on its programming remain balanced and accurate in their on-air perspectives and reporting. Complaints from the public that are not resolved at the program level to the satisfaction of the complainants are examined

and dealt with by the Corporation's two Ombudsmen. The Ombudsmen are completely independent of CBC | Radio-Canada programming staff and programming Management, and report directly to the President of the Corporation and, through the President, to the Corporation's Board of Directors. The role of the Ombudsman is pivotal in strengthening the national public broadcaster's accountability and transparency to Canadians. The Ombudsmen can be reached at:

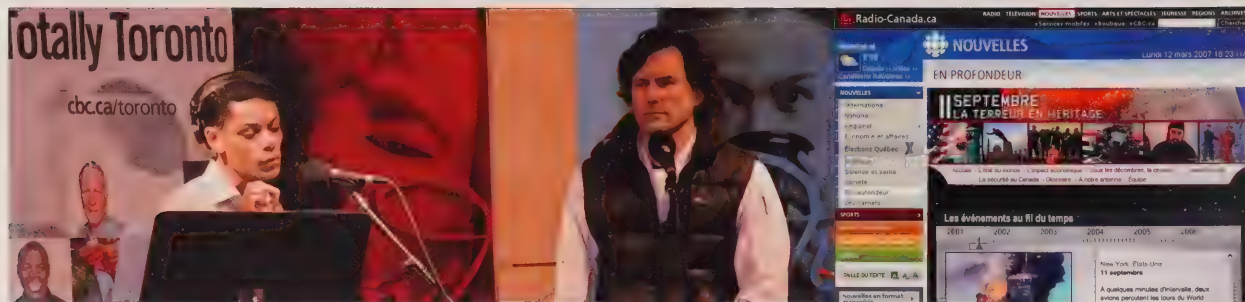
The Ombudsman, English Networks,
CBC | Radio-Canada, PO Box 500, Station A,
Toronto ON M5W 1E6 (ombudsman@CBC.ca), and
Bureau de l'ombudsman, Services français,
CBC | Radio-Canada, CP 6000, Montréal QC
H3C 3A8 (ombudsman@Radio-Canada.ca).

CODES OF CONDUCT

CBC | Radio-Canada employees at all levels and across the Corporation are expected to adhere to policies governing their behaviour in such areas as: conflict of interest and ethics; whistleblowing; official languages; harassment; and political activity. A selection of the Corporation's Human Resources policies is available for viewing online at:
<http://www.cbc.radio-canada.ca/docs/policies/index.shtml>.

ACCESS TO INFORMATION

As of September 2007, CBC | Radio-Canada will fall under the Government's *Access to Information Act*, with the provision of safeguards to preserve the journalistic, creative and programming independence that is fundamental to a successful national public broadcaster. Specifically, Article 68.1 of the *Act* stipulates, "This *Act* does not apply to any information that is under the control of the Canadian Broadcasting Corporation that relates to its journalistic, creative or programming activities, other than information that relates to its general administration." These protections have been afforded to other public broadcasters, such as the British Broadcasting Corporation and the Australian Broadcasting Corporation, which are affected by similar legislation.



VISION, MISSION, VALUES →→

VISION

- Connecting Canadians through compelling Canadian content.

MISSION

- To create audacious, distinctive programming. Programs designed to inform, enlighten and entertain. Programs that reflect Canadians and Canada's regions. Programs that help tie the country together and explain great national and international events. Programming in all genres, with emphasis on News and Current Affairs, drama and culture; and not forgetting our special responsibility to children.

CORE VALUES

- Serving the Canadian Public
- A Culture That Is Driven to Achievement
- A Creative Organisation in Continuous Renewal
- Working Together



Photos, top left to right:

Canada Reads, CBC Radio One (photo: Dona Acheson).

Radio-Canada.ca.

Adrienne Arseneault, CBC News.

This Hour Has 22 Minutes, CBC Television.

Anthony Germain in Beijing, CBC Radio One, CBC News.

Dany Turcotte, Guy A. Lepage,

Tout le monde en parle, Télévision de Radio-Canada.



CORPORATE PRIORITIES →→

- Ensure distinctive programming of the highest quality on all delivery platforms
- Recognise the importance of regional reflection and of the changing face of Canada
- Ensure the sustainability of CBC/Radio-Canada's Canadian schedules
- Demonstrate that CBC/Radio-Canada is a well-managed company and generate cash flow to re-invest in programming
- Strengthen CBC/Radio-Canada's commitment to all its employees – to those who create and those who support them
- Position CBC/Radio-Canada to enhance its ability to fulfil its mandate through selective alliances and partnerships
- Reinforce the capacity of CBC/Radio-Canada to work as one integrated company
- Enhance/strengthen CBC/Radio-Canada's stakeholder relationships



Photos, bottom left to right:
 Christine Birak: CBC News at Six
 CBC Television
 Randi Baumgartner: Viny: 10p
 CBC Radio One: Since 13.7
 Joanne Prince: Le reportage
 Premier: Course: Since 18.7



28 SERVICES →

CBC|Radio-Canada delivers a comprehensive range of News, information, entertainment, and sports programs via 28 different services. It is the only Canadian broadcaster delivering Radio, Television, Internet, and satellite-based services, in both English and French plus eight Aboriginal languages, to all Canadians. The Corporation's broadcasting reach extends across Canada and around the world, offering high-quality, distinctive content by, for and about Canadians, however and wherever they want it.

RADIO AND SATELLITE RADIO



radio one

CBC RADIO ONE: commercial-free English-language network, offering local, national and international News, Current Affairs, documentaries, arts and cultural programming, and drama, on Radio and on Sirius Satellite Radio Channel 137.



radio 2

CBC RADIO 2: commercial-free English-language network, showcasing the musical diversity of Canada, including classical music and jazz and other genres targeting adult music audiences.



radio3
BREAKING NEW SOUND

CBC RADIO 3: commercial-free English-language network, showcasing the best in new and emerging Canadian music via the Internet (radio3.cbc.ca), podcasting and Sirius Satellite Radio Channel 94.



RADIO
PREMIÈRE CHAÎNE

PREMIÈRE CHAÎNE: commercial-free French-language network, offering regional, national and international information along with regional and national News, arts, culture, and human-interest programming.



ESPACE
MUSIQUE

ESPACE MUSIQUE: commercial-free French-language music network, showcasing the musical diversity of Canada, including classical, jazz, chanson, world music, and emerging talent.



BANDE À PART

BANDE À PART: commercial-free French-language network, showcasing the best in emerging French-language Canadian music and favouring the discovery of Canada's new Francophone artists.



PREMIÈRE plus

PREMIÈRE PLUS: commercial-free French-language network, offering News, Current Affairs, magazines, and cultural programming, including the best of Première Chaîne, on Sirius Satellite Radio Channel 138.



Info plus

INFO PLUS: commercial-free French-language, 24-hour all-News, Information and Public Affairs network, offering the best of Radio-Canada programming, on Sirius Satellite Radio Channel 187.



RCI RADIO CANADA
INTERNATIONAL

RADIO CANADA INTERNATIONAL (RCI): commercial-free international Radio service broadcasting in nine languages.



RCI plus

RCI PLUS: Radio Canada International programming in eight languages, as well as broadcasts from Canadian and international network partners, on Sirius Satellite Radio Channel 188.



CBC North
Radio Canada Nord
CANDICE NORTH and CENTRAL

CBC NORTH | RADIO-CANADA NORD: Radio and Television services in English, French and eight Aboriginal languages to Canada's northern communities.

TELEVISION



CBC TELEVISION

CBC TELEVISION: English-language network, providing a wide range of News, information and entertainment programming by, for and about Canadians



CBC NEWSWORLD

CBC NEWSWORLD: English-language, 24-hour all-News and information service, financed entirely by subscriptions and advertising revenue.



COUNTRY CANADA

CBC COUNTRY CANADA: 24-hour English-language digital Television service, by subscription, offering international drama, sporting events and the arts.



DOCUMENTARY CHANNEL

THE DOCUMENTARY CHANNEL: 24-hour English-language digital Television service, by subscription, offering Canadian and international documentaries and extending our reach to Canadians



RADIO-CANADA
TELEVISION

TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA: French-language network, delivering high-quality, public-oriented, *rassembleur* general programming, including News and Public Affairs.



RDI
SOURCE D'INFORMATION

RÉSEAU DE L'INFORMATION DE RADIO-CANADA (RDI): French-language 24-hour all-News and information service, financed entirely by subscriptions and advertising revenue



CBC North
Radio-Canada Nord

CBC NORTH / RADIO-CANADA NORD: Radio and Television services in English, French and eight Aboriginal languages to Canada's northern communities.



ARTV: French-language arts and culture Television service, by subscription, offered through a public-private partnership.

TV5MONDE

TV5MONDE: An international consortium, offering a mix of News and general-interest, French-language Television programming.

INTERNET

cbc.ca



CBC.CA: English-language Internet service carrying our Radio and Television content, unique New Media and Corporate information



Radio-Canada.ca

RADIO-CANADA.CA: French-language Internet service carrying our Radio and Television content and unique New Media and Web content



radio3
BREAKING NEWS ONLINE

CBC RADIO 3: commercial-free English-language network, showcasing the best in new and emerging Canadian music via the Internet (radio3.cbc.ca), podcasting and Sirius Satellite Radio Channel 94



BANDE À PART

BANDE À PART: commercial-free French-language network, showcasing the best in emerging French-language Canadian music and favouring the discovery of Canada's new Francophone artists



RCI viva

RCI VIVA: commercial-free Web Radio service broadcasting in eight languages, providing information about Canada and posting discussion boards for recent and aspiring immigrants to Canada

REACHING NEW AUDIENCES

Galaxie



GALAXIE: commercial-free digital pay audio service offering 45 channels of continuous music, without talk, to nearly six million subscribers



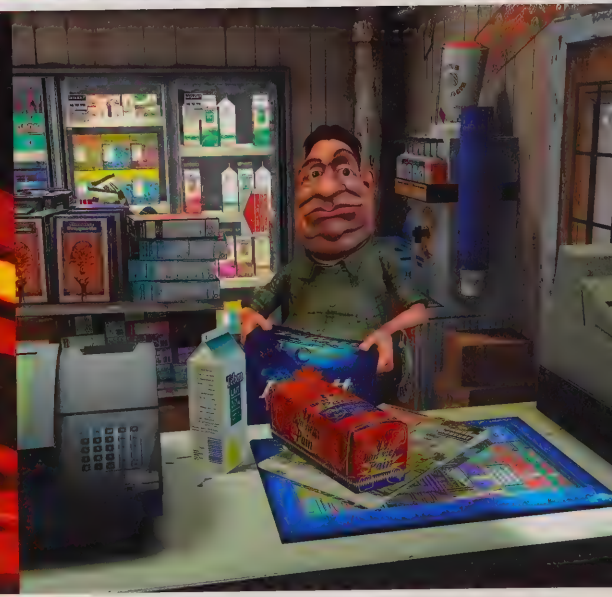
CBC RECORDS / LES DISQUES SRC: recording label, releasing about 15 new Canadian CDs annually

CBC



Radio-Canada

WIRELESS: WAP and SMS messaging services delivering interactive content to PDAs and cell phones



CANADA'S NATIONAL PUBLIC BROADCASTER

IN CONTEXT →→

Canada's national public broadcaster was created as a corporation in 1936 to counter the pervasive cultural influence of foreign programming in US-based radio networks expanded rapidly into Canada. More than 70 years later, CBC/Radio-Canada continues to play a crucial role in maintaining Canada's cultural sovereignty, and in fostering a shared sense of national identity across a vast and diverse country.

Today, 97 per cent of Canadians feel that CBC/Radio-Canada is essential. Clearly, they understand that what a national public broadcaster offers is available nowhere else. Like a distinctive voice and a forum for Canada's diverse regions and ethnic and cultural communities. In-depth coverage of the local, regional and national stories that matter to Canadians and a Canadian perspective on international events. A wide variety of high-quality, innovative Canadian television drama in prime time. Coverage of amateur sports and

of the best of innovative Canadian performing and fine arts. And commercial-free, safe and entertaining programs for children.

CANADA RANKS LOW IN SUPPORT FOR PUBLIC BROADCASTING

The need to protect and foster a national culture and identity through public broadcasting is recognised not just in Canada but in most Western countries – almost all of which fund public broadcasting to a far greater extent than Canada.

Of 18 Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) countries included in a recent study, Canada ranked third from last in

per capita funding for its national public broadcaster in 2004: only New Zealand and the United States ranked lower. Indeed, Canada's funding for public broadcasting was less than one-half of the \$80 average per capita across the 18 Western countries.

Canada ranks so low internationally partly because since 1990, CBC/Radio-Canada funding has declined by 33 per cent in constant dollars and is now at the level it was in the 1970s. This decline occurred during a time when Federal Government spending on culture – excluding CBC/Radio-Canada, one of the country's largest cultural institutions – increased by 65 per cent in constant dollars.

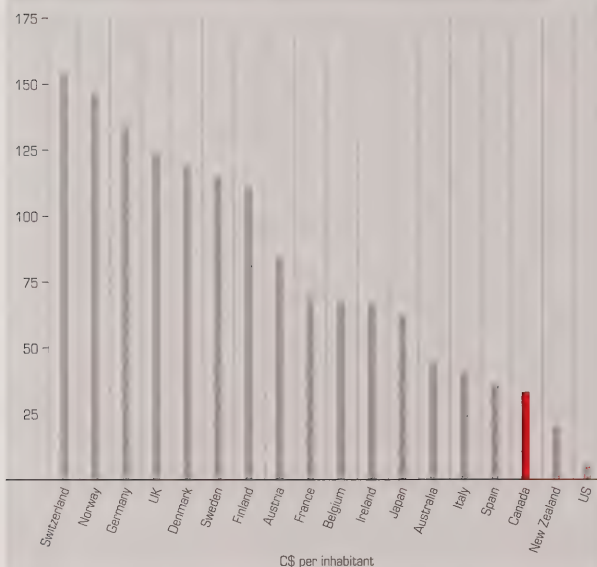
Photos page 16, top to bottom:

Bernard Derome,
Céline Gagné, *Le téléjournal*,
Télévision de Radio-Canada, RDI;
Kurt Browning *Gotta Skate V*,
CBC Television.
Canada's Next Prime Minister,
CBC Television
[photo: Couvrette/Ottawa].
Et Dieu créa... Lafleche,
Télévision de Radio-Canada



PER CAPITA FUNDING FOR PUBLIC BROADCASTERS IN OECD COUNTRIES, 2004

Canadian support for public broadcasting is less than half of the average (\$80 per capita) of 18 OECD countries.



Analysis of Government Support for Public Broadcasting and Other Culture in Canada. Nordicity Group Ltd., June 2006.

SUSTAINING THE MOMENTUM

Today's CBC|Radio-Canada reaches more Canadians in more ways than ever before. We deliver high-quality Canadian programming via 28 services, including broadcast Television and Radio, Internet Television and Radio, satellite radio, podcasting, cell phones and PDAs, and more.

We have achieved this by becoming a much more efficient, focused and integrated organisation, despite a challenging broadcasting environment and decreased funding. However, we continue to face substantial challenges that, if not addressed, will limit our ability to continue to play a central role in Canadian life. Here are the strategies we have developed to meet these key challenges.

CONTENT HOW AND WHEN CANADIANS WANT IT

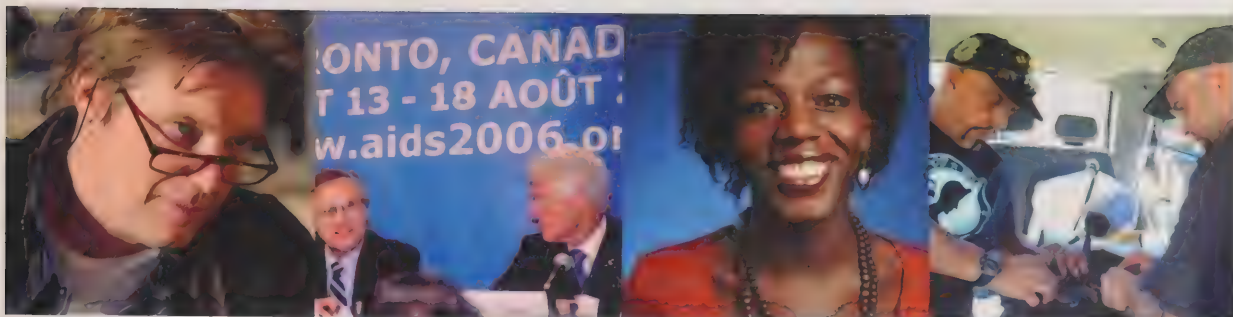
New and emerging technologies have transformed how Canadians view and listen to programming. To stay relevant, CBC|Radio-Canada continues to be a leader in exploring a wide range of new technologies and services.

But meeting the changing needs of Canadians requires more than new technologies; it also requires new ways of working. Increasingly, CBC|Radio-Canada is an integrated organisation developing content that is delivered across both conventional and New Media, while preserving the unique strengths of each.

The integration of our French Television, Radio and Internet services in 2005–2006 was a major landmark in this new

Photos, top left to bottom right:

Sylvia L'Écuyer, Espace musique.
Mississippi Cold Case, CBC Television (photo courtesy of David Ridgen).
L'auberge du chien noir, Télévision de Radio-Canada.
 Stephen Lewis, Bill Clinton, *Stephen Lewis: The Man Who Couldn't Sleep*, CBC Television.
 Garvia Bailey, *Big City, Small World*, CBC Radio One.
Mississippi Cold Case, CBC Television (photo courtesy of David Ridgen).
Royal Canadian Air Farce, CBC Television.



way of working and thinking. Another landmark is our ongoing integration of English-language News services, which is giving Canadians deeper, richer regional, national and international News on-demand, in whatever format they prefer. Also this year, CBC Television launched a new approach to program development that includes determining all of the different platforms on which a program will be used, from the beginning of the planning process. Across the organisation, we are redefining the

responsibilities of content creators and finding more efficient ways for them to collaborate and share resources. The result for audiences is better programming across all of our services.

CONNECTING WITH NEW AUDIENCES

Here's a major challenge for CBC/Radio-Canada: how do we attract new audiences while also maintaining our traditional ones?

Technology is part of the answer – we need to be available to



FEDERAL GOVERNMENT FUNDING OF CULTURE VERSUS FUNDING OF CBC/RADIO-CANADA, 1995-1996 TO 2003-2004

Federal Government spending on culture – excluding CBC/Radio-Canada – has increased over the period, while Government funding for CBC/Radio-Canada has declined.

Fiscal year	Federal Government expenditures on culture		CBC/Radio-Canada Government appropriation		Federal Government expenditures on culture (excluding CBC/Radio-Canada)	
	\$ millions	% change	\$ millions	% change	\$ millions	% change
1995-1996	2,920	--	1,171	--	1,749	
1996-1997	2,760	(5.5%)	997	(14.8%)	1,763	0.8%
1997-1998	2,670	(3.3%)	806	(19.1%)	1,864	5.7%
1998-1999	2,817	5.5%	896	11.2%	1,921	3.1%
1999-2000	2,809	(0.3%)	879	(1.9%)	1,930	0.5%
2000-2001	2,954	5.2%	902	2.6%	2,053	6.3%
2001-2002	3,216	8.9%	983	9.0%	2,234	8.8%
2002-2003	3,426	6.5%	1,047	6.5%	2,379	6.5%
2003-2004	3,500	2.2%	1,066	1.9%	2,433	2.3%
Increase/(Decrease)						
1995-1996 to 2003-2004	580	19.9%	(105)	(9.1%)	684	39.1%

Figures for Federal Government expenditures on culture are from Statistics Canada; figures for CBC/Radio-Canada Government appropriation are from CBC/Radio-Canada.

Analysis of Government Support for Public Broadcasting and Other Culture in Canada: Nordicity Group Ltd., June 2007

The highly successful debut episode of the comedy, *Little Mosque on the Prairie*, the first of the programs developed through this new process, had a viewership of 3.7 million.



audiences in as many formats as possible. But in an intensely competitive media environment, content is as critical as technology. And content is where CBC|Radio-Canada has a unique competitive advantage: no other Canadian broadcaster generates CBC|Radio-Canada's range, depth and quality of Canadian content.

When offered in a format that allows audiences to choose when and where they watch or listen, our content has a broad appeal. For example, of the over one million podcasts of CBC|Radio-Canada programs downloaded every month in 2006–2007, a majority were not music and entertainment programs, but information, science and Current Affairs programs such as *Ideas*, *Quirks and Quarks*, *Christiane Charette* and *Les années lumière*.

As well as offering existing programs in new ways, CBC|Radio-Canada is attracting new audiences by offering more of the programs they want. For example, in 2006–2007 CBC Radio launched the first phase of major program renewal based on the results of an extensive survey of what Canadians want from arts and culture programming. The first

wave of renewal, launched in March 2007, brings to CBC Radio 2 more diverse Canadian artists and musical selections, while maintaining a strong commitment to our core classical and jazz audiences. CBC Radio One has broadened its Arts and Entertainment coverage, and CBC Radio 3 continues to expand its range of emerging music and culture from Canada. Ongoing program development is having an impact: in the Spring of 2007, CBC Radio achieved a record combined audience share of 13.1 per cent (BBM).

Renewed programming has also been the key to Radio de Radio-Canada's success with audiences. Espace musique, successfully launched in September 2004, offers a distinctive service that presents Canada's diverse French-language musical genres and emerging talent to audiences across the country, while Première Chaîne features News, Public Affairs and cultural and human-interest programming. Together, these networks achieved a record-level audience share of 16.7 per cent in Spring 2007 (BBM).

MAKING TELEVISION PROGRAMS CANADIANS WANT TO WATCH

Program renewal is especially critical for CBC Television. In English-speaking Canada, audiences watch mostly American programs. In every other Western country and in French-speaking Canada, audiences chiefly watch programs made in their own country. Many American programs are compelling and very well produced, but they do not reflect Canadian life, values, mores, and culture.

The dominance of American programs worsens the poor economics of Canadian programming. If left to pure market forces, most Canadian television programs would simply not be made; the costs of producing high-quality, prime-time television cannot be recovered, given the highly fragmented nature of the Canadian marketplace. For this reason, the Federal Government offers financial support to

Photos, left to right:

Little Mosque on the Prairie, CBC Television.

Intelligence, CBC Television.

Hockey: A People's History/Hockey: la fierté d'un peuple, CBC Television/ Télévision de Radio-Canada.

Mark Kelley, *CBC News: The National*, CBC Television, CBC Newsworld.



independent producers of Canadian television programs, chiefly through the Canadian Television Fund, and requires all television broadcasters to include a percentage of Canadian programming in their schedules.

However, Canada's English-language, private television broadcasters present mostly American programs in prime time because these programs cost a fraction of what producing original Canadian programs costs, yet generate relatively high advertising revenues. This business model is possible because Federal Government policy protects private television broadcasters.

In fact, in 2004, private English-language television broadcasters received public benefits, tax concessions and other indirect Government support worth an estimated \$271–331 million—considerably more than the \$261 million CBC Television received in Government funding that year.

CBC Television is the only conventional broadcaster presenting a wide range of Canadian programs in prime time when Canadians are watching television. In 2005–2006, Canadian programs accounted for 80 per cent of CBC Television's prime-time schedule, compared to less than 30 per cent for the

CBC Television is the only conventional English-language broadcaster presenting a wide range of Canadian programs in prime time when Canadians are watching television.

INDIRECT FEDERAL GOVERNMENT SUPPORT FOR ENGLISH-LANGUAGE TELEVISION BROADCASTERS VERSUS FUNDING FOR CBC TELEVISION, 1995–1996 TO 2003–2004

Canada's English-language conventional television broadcasters receive public benefits, tax concessions and other indirect Government support than does CBC Television in Government funding.

Fiscal year	Low-impact scenario (\$ millions)			High-impact scenario (\$ millions)		
	Simultaneous substitution	Section 19.1	Total	Simultaneous substitution	Section 19.1	Total
1995–1996	137	69	207	137	98	235
1996–1997	147	77	224	147	109	256
1997–1998	159	81	241	162	115	277
1998–1999	161	85	246	166	120	287
1999–2000	162	87	249	170	123	293
2000–2001	165	87	251	176	122	298
2001–2002	161	84	245	175	119	294
2002–2003	177	95	273	195	135	330
2003–2004	177	93	271	199	132	331

Nordicity estimates based on methodologies from Donner and data from the CRTC.

Some totals may not add due to rounding.

Analysis of Government Support for Public Broadcasting and Other Culture in Canada. Nordicity Group Ltd., June 2007.



two major private broadcasters. And in 2006–2007, CBC Television increased its original Canadian prime-time entertainment programming to 243 hours from the 150 hours presented the previous year, including 19.5 hours of new factual entertainment programming.

CBC Television has reinforced its regional broadcasting by launching nine regional lifestyle programs, renewing and expanding its local supper hour shows, and adding regional information breaks this year.

Of course, it is not enough simply to present Canadian programs. To be relevant, CBC Television must present programs that Canadians want to watch – and Canadians have told us that they want programs that are entertaining and engaging. To deliver these programs, CBC Television has in recent years assembled a new management team and made its program development process more rigorous.

The highly successful debut episode of the comedy, *Little Mosque on the Prairie*, the first of the programs developed through this new process, had a viewership of 3.7 million. Widely covered in both the national and international press, *Little Mosque* demonstrates that audiences will tune in to Canadian programs that address timely issues and concerns in a provocative and entertaining way.

New CBC Television programs will appear in 2007–2008 – programs that Canadians will want to talk about and will feel they must watch. Our goal is for CBC Television to be resonant in individual lives and in the culture of the country.

CBC Television's program renewal follows a similar and remarkably successful renewal for Télévision de Radio-Canada. From 2003–2004 to 2004–2005, the network's prime-time audience share climbed from 16 per cent to 22 per cent – a 40 per cent increase in a single year. This was achieved by a multi-year program of investing in new programs that are daring and provocative, yet have broad appeal. Many of these new programs have been runaway hits. In 2006–2007, for example, *Le match des étoiles* earned an audience share of 26 per cent.

The network continues to refine its approach to public service programming that is credible, bold and innovative, open to the world and to different perspectives. Télévision de Radio-Canada presented 17 original dramas this year, including 11 new shows, more than any other broadcaster in Canada. Nearly 30 per cent of the network's prime-time schedule is in high definition, making it the largest broadcaster of HDTV in the market.

CONNECTING MORE DEEPLY WITH CANADIAN COMMUNITIES

Reflecting Canada's regional diversity and offering a forum for local issues and concerns is a key part of CBC | Radio-Canada's mandate. In recent years we have strengthened our regional programming and regional presence in a number of ways.

Photos, top left to bottom right:

Rumeurs,
Télévision de Radio-Canada.
Rick MacInnes-Rae, *Dispatches*,
CBC Radio One, Sirius 137.
Frédéric Barbusci, *Pseudo Radio*,
Télévision de Radio-Canada.
Le Bye Bye de RBO,
Télévision de Radio-Canada.
Natasha Ramsahai,
CBC News: Weather Centre,
CBC News at Six, CBC Television.



More than 70 years later, CBC | Radio-Canada continues to play a crucial role in maintaining Canada's cultural sovereignty and in fostering a shared sense of national identity across a vast and diverse country.

CBC Television has reinforced its regional broadcasting by launching nine regional lifestyle programs, renewing and expanding its local supper hour shows, and adding regional information breaks. The network broadcast 2,896 hours of regional programming this year. In Vancouver, the new supper hour program is part of a pilot project in which CBC News services are being integrated across Television, Radio and the Internet, in order to provide a multiplatform, interactive, on-demand, 24-hour, regionally driven and locally focused News system. Community members will have opportunities to interact with us to help determine which local stories will be covered, to help us cover those stories, and to receive their News whenever and however they want it. We plan to gradually extend this approach across Canada for our English language News services.

CBC Radio added over 500 hours of local programming to its schedule in 2006–2007, and continued to shift national programs to the regions. The ultimate goal of CBC Radio's regional strategy is to make it possible for all Canadians whether they live in Halifax, rural Québec, Iqaluit, or anywhere else in the country – to hear local perspectives and talent on the national public broadcaster as well

as connecting to Canada's other regions and to the world.

In June 2006, French Services proceeded with the first phase of integrating all regional Radio, Television and Internet services within one general management structure. The primary purpose of this restructuring is to strengthen CBC | Radio-Canada's roots in the regions by highlighting regional expertise and realities within our national programming and to improve services to the public in the regions. The first mission of this new structure was to develop a strategic plan, the impact of which will really begin to be felt in Fall 2007.

For Télévision de Radio-Canada, the plan is based on initiatives undertaken in recent years. Accordingly, CBC | Radio-Canada has invested in the development of high-quality regional drama series to be produced for national broadcast. These have included *Chambre no 13* in Québec City (broadcast in April 2006) and *Francaïr* in Ontario, whose third season aired in 2006–2007. There will also be the New Brunswick produced series *Belle-Baie* and other projects to be broadcast in 2008.

Radio de Radio-Canada's Première Chaîne now offers a new meeting place for the regions on Sunday afternoons

more than 700 hours of new local programming.

Espace musique is continuing its support for the Canadian music scene by recording concerts across the country. For example, 70 per cent of the concerts recorded in Summer 2006 were held in the regions.

COST SAVINGS AND REVENUE GENERATION

By reducing our costs and finding new sources of revenue, CBC | Radio-Canada has been able to expand its services and renew programming despite rising production costs and Government funding that has not increased for many years. Since





CBC | Radio-Canada is one of Canada's most recognised brands, and sales of our branded products online and in our boutiques are expanding rapidly. In 2006–2007, revenues from sales of CDs, DVDs, digital downloads, books, clothing, and licensed merchandise exceeded \$10 million.



2000–2001, we have achieved one-time productivity savings and revenue increases of \$120 million and ongoing annual savings and efficiencies of \$78 million, of which \$17.5 million is achieved through self-generating revenues.

A substantial portion of this has come from our Real Estate Division. Since it was created in 2000–2001, the Division has generated more than \$107 million in new revenues and

reduced and avoided costs, including \$22.3 million in 2006–2007, through leasing and selling surplus assets, consolidating space, and reducing operating costs. By 2012–2013, the Division's total contribution, from current best practices initiatives, will rise to an estimated \$213 million. New initiatives are already being planned and will add to this contribution while continuing to modernise CBC | Radio-Canada's real estate infrastructures.

Significant savings have also come from investing in state-of-the-art systems to increase efficiency in CBC | Radio-Canada's

production and business processes. For example, new telecom and broadcast technologies have generated \$3.3 million in annual savings, and the replacement of terrestrial networks with satellite distribution for

Television has generated \$5.2 in annual savings, plus an additional \$1.1 million in 2006–2007.

CBC | Radio-Canada is one of Canada's most recognised brands, and sales of our branded products online and in our boutiques are expanding rapidly. In 2006–2007, revenues from sales of CDs, DVDs, digital downloads, books, clothing, and licensed merchandise exceeded \$10 million.



Photos, top left to right:

Hockeyville, CBC Television.

René, CBC Television /
Télévision de Radio-Canada.

Carl Bernier, *Bernier et cie*,
Première Chaîne, Sirius 187.

Virginie, Télévision de
Radio-Canada.

The Rick Mercer Report,
CBC Television.

The Rick Mercer Report,
CBC Television.

Photos, bottom left to right:

Heidi Petracek, *Living East*,
CBC Television.

Gregory Charles, *Des airs de toi*,
Première Chaîne, Sirius 138.



Another important source of non-advertising revenue is Galaxie, our digital commercial free music service, which reaches nearly six million Canadian households.

NEW FUNDING OPTIONS FOR A NEW ERA

CBC/Radio-Canada will continue to find additional savings and new revenue sources, but these will not be sufficient to fund the strategies that will allow us to continue to meet the evolving needs of Canadians and continue to invest in new technologies

In 2006–2007, in the face of rapid and unprecedented change in the broadcasting industry and in Canadian society, Parliament and the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), Canada's federal regulator, initiated reviews exploring a wide range of issues affecting both private and public broadcasting in Canada. We welcomed these reviews as an opportunity to bring clarity to what Canadians want from their national public broadcaster. They were also an opportunity to explore new approaches to providing adequate, stable, and long-term funding for CBC/Radio-Canada

One approach would be to allow CBC/Radio-Canada, as well as other conventional television broadcasters, to become eligible for subscription revenues from cable and satellite operators. These companies do not now pay a fee when they include the conventional broadcasters' programming as part of their service to consumers. Subscription revenues would give conventional broadcasters a revenue model to supplement the traditional advertising-based model, which is failing as audiences and television advertising revenues fragment. For instance, CBC/Radio-Canada would be able to fund key priorities such as a rapid transition from analogue to digital and HDTV to ensure audiences do not abandon CBC/Radio-Canada's Television programming for American HDTV programs, and the creation of more distinctive Canadian drama, and/or increased local programming

Subscription revenues are just one of many possible approaches to ensuring that Canadians continue to benefit from a strong, vibrant national public broadcaster

CBC Radio added over 500 hours of local programming to its schedule in 2006–2007, and continued to shift national programs to the regions.





HIGHLIGHTS

CBC RADIO:

- record combined listening share of 13.1 per cent (Spring 2007 BBM);
- more than 100 major national and international awards;
- podcasting expanded – more than 20 shows offered.

CBC TELEVISION:

- broadcast day expanded to 24 hours, seven days a week;
- *Little Mosque on the Prairie* – viewership to its first episode was 3.7 million;
- *The Rick Mercer Report* and *This Hour Has 22 Minutes* – consistently large audiences, often winning the Tuesday evening time slot in English Canada;
- *Stanley Cup Finals* – averaged 1.6 million viewers;
- *94th Grey Cup on CBC* – 2.9 million viewers;
- *Test the Nation: IQ* – nearly 1.5 million viewers on average;
- nearly 300 national and international awards.

CBC.ca:

- number one news/media website used by Canadians, April 2006–January 2007; average audience grew by 30 per cent in 2006–2007; over three million unique visitors monthly from home (April 2006–March 2007).

RADIO DE RADIO-CANADA:

- record-level combined audience share of 16.7 per cent (BBM Spring 2007); Première Chaîne was the most popular station in the mornings in Québec City and one of the most popular in Montréal;
- three new transmitters, broadening the network's reach in Atlantic Canada;
- *Bande à part* – over 350 concerts, 40 Television shows, 2,000 hours of Radio, thousands of website visitors since 2001; high international podcast audiences by May 2006: 12.6 per cent hits from France; 10.8 per cent from the US (WebTrends 2006).

TÉLÉVISION DE RADIO-CANADA:

- *Tout le monde en parle* – average of 1.7 million viewers, Fall-Winter; 50 per cent audience share;
- *Rumeurs*, *Virginie* and *Le match des étoiles* – each with a weekly average of at least 25 per cent audience share;
- *L'auberge du chien noir* – weekly average of over one million viewers; 28 per cent audience share;
- *La facture*, *L'épicerie* and *Découverte* are the most popular Public Affairs shows, with audience shares ranging from 20 to 22 per cent. Each week they attract large prime-time audiences, averaging 692,000, 658,000 and 600,000 viewers, respectively.

RADIO-CANADA.ca:

- 31 per cent of Francophones in Canada with internet service at home log on; 40,000 pages of multimedia content; 4,000 hours of audio and video; 10,000 clips from Radio and Television archives.

CBC | RADIO-CANADA:

- host Broadcaster for the XVI International AIDS Conference, providing host broadcast coverage and a variety of programs on CBC Newsworld, CBC Television, CBC Radio One, *CBC.ca*, RDI, Télévision de Radio-Canada, Première Chaîne, *Radio-Canada.ca*, and Radio Canada International.

Photo above:

Canada vs. USSR, CBC Television.

Photos page 27, top left to bottom right:

Les étoiles filantes,

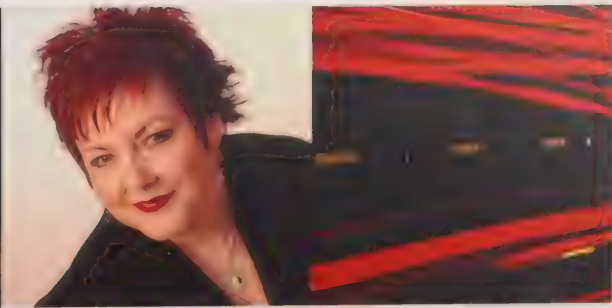
Télévision de Radio-Canada.

Intelligence, CBC Television.

Dragons' Den, CBC Television.

Anne Godin, *Anne et compagnie*,
Première Chaîne.

MANAGEMENT DISCUSSION AND ANALYSIS →→



KEY PERFORMANCE INDICATORS →→

CBC | Radio-Canada uses programming performance indicators to ensure that it is continuing to provide Canadians value for the money they have invested in their national public broadcaster.

Specifically, CBC | Radio-Canada monitors and evaluates the views and viewing, listening and surfing habits of Canadians to ensure that it is providing them with programming to their satisfaction and that meets their needs.

MEASURING PERFORMANCE

The Auditor General of Canada's report on the Special Examination of CBC | Radio-Canada, released in 2005, suggested improvements in the ability of CBC | Radio-Canada's Board of Directors, the Government and the public to assess CBC | Radio-Canada's performance on a year-to-year basis. As a result, we have enhanced the strategic planning process by developing performance indicators for each of our Corporate priorities and linked them to the Corporation's main Television and Radio networks, or to individual media operations, as appropriate.

The incorporation of these performance indicators into the Corporation's planning process began in 2006 and they will be fully integrated into that process within two years.

Data collection and measurement commenced April 2006 and data for all measures are reported in this year's Annual Report. By April 2008, the performance indicator system will be fully operational and it will then be possible to examine annual performance results, performance against targets, as well as performance trends.

These changes have already enhanced the planning process and, in the longer term, should significantly increase the effectiveness of the Corporation's overall operations.

Photos page 29, left to right:

Manon Roy, *Zig Zag*,

Télévision de Radio-Canada.

Alain Gravel, *Enjeux*,

Télévision de Radio-Canada.

China Rises/La Chine s'éveille,

CBC Television, RDI.

CORPORATE MEASURES OF PERFORMANCE →→

CORPORATE PRIORITY	INDICATOR	2006-2007 RESULT
CONTENT	CANADIAN CONTENT	
	→ CBC Television*	
	All day	81%
	Prime time (Monday-Sunday, 7:00-11:00 p.m.)	80%
	→ Télévision de Radio-Canada*	
	All day	82%
	Prime time (Monday-Sunday, 7:00-11:00 p.m.)	88%
	→ CBC Radio	
	All day	99%
	Prime time (Monday-Friday, 6:00-9:00 a.m.)	100%
	→ Radio de Radio-Canada	
	All day	100%
	Prime time (Monday-Friday, 6:00-9:00 a.m.)	100%
	NUMBER OF AWARDS	
	CBC Television	288
	Télévision de Radio-Canada†	29
	CBC Radio	121
	Radio de Radio-Canada	6
	DISTINCTIVENESS	
	→ Main Television and Radio networks	90%
* Based on previous broadcast year, September 2005-August 2006		
† Internal productions only		





CORPORATE PRIORITY	INDICATOR	2006-2007 RESULT
REGIONAL REFLECTION AND THE CHANGING FACE OF CANADA	Programs produced in regions for regions	83,775 hours
	Programs produced in regions for network	12,642 hours
	CBC Radio-Canada usage by visible minority (18+)	87%
	Visible minority staff CBC Radio-Canada	Number of staff 528 (excludes short-term employees)
SUSTAINABILITY OF CANADIAN SCHEDULES	Television advertising revenue	\$315 million*
	Expenditures on Canadian programming	95% of programming budget
EFFICIENCY	Self-generated revenues	\$110 million†
	Programming expenditures	82% of total budget
CREATIVE HUMAN RESOURCES	Commitment to training and development CBC Radio-Canada	\$ per employee 1,013
	Employee satisfaction (periodic) CBC Radio-Canada	Index 85% (2004 employee survey)
* Only the main networks; excluding Internet revenues. † Includes primarily Galaxie, CBC Country Canada, Internet, and program sales, but not advertising revenues.		



CORPORATE PRIORITY	INDICATOR	2006-2007 RESULT
STRATEGIC PARTNERSHIPS	Joint ventures/partnerships CBC Radio-Canada	6
COLLABORATION	Expenditures on cross-media programming	\$10,335,070
STRONG STAKEHOLDER RELATIONSHIPS	Opinion leaders' overall impression of CBC Radio-Canada *	77% favourable
	Opinion leaders' general impression of CBC Radio-Canada as being an essential service *	78% agreement
	Canadians' satisfaction levels with main Television and Radio networks	89%
	Relevance to stakeholders	Percentage of Canadians using our services [†] 86%

* CBC/Radio-Canada Opinion Leader Survey, April 2006, conducted by Phoenix Strategic Perspectives Inc.
† Usage of main Television, Radio and websites



Photos, top left to bottom right

[illegible]

Photo, bottom of page:
Kathleen Petty, *Ottawa Morning*,
The House, CBC Radio One,
Sirius 137.

Photos page 33, top to bottom:
Les hauts et les bas de Sophie
Paquin, Télévision de Radio-Canada.
Providence,
Télévision de Radio-Canada.
Peter Mansbridge,
CBC News: The National,
CBC Television, CBC Newsworld.
Joane Arcand,
Dimanche Magazine,
Première Chaîne, Sirius 138.
War of the Sexes, CBC Television.

MEDIA LINES' GOALS AND ACHIEVEMENTS →→

CBC | Radio-Canada delivers a comprehensive range of News, information, entertainment, and sports programs via 28 services. It is the only Canadian broadcaster delivering Radio, Television, Internet, and satellite-based services, in both English and French plus eight Aboriginal languages, to all Canadians. The Corporation's broadcasting reach extends across Canada and around the world, offering high-quality, distinctive content by, for and about Canadians, however and wherever they want it.

ENGLISH SERVICES →→

CBC Television encompasses 16 conventional, over-the-air stations across the country, and our wholly owned Specialty Services, CBC Newsworld and CBC Country Canada. All of these services report to the Executive Vice-President of CBC Television. The Corporation is also a partner in The Documentary Channel.

CBC Radio comprises CBC Radio One, CBC Radio 2 and CBC Radio 3. CBC Radio One and CBC Radio 2 are terrestrial, over-the-air services that reach more than 97 per cent of Canadian homes on AM or FM. CBC Radio 3 is a music channel delivered by Sirius Satellite Radio Channel 94 and the Internet.

CBC.ca is an English-language Internet service carrying our Radio and Television content, unique New Media and Corporate information. More than three million Canadians visit *CBC.ca* each month, making it among the most popular Canadian news and information websites.

Our English services are described in detail on pages 14–15.







CBC TELEVISION→→

	CBC TELEVISION 2006-2007 GOALS	CBC TELEVISION 2006-2007 ACHIEVEMENTS
AUDIENCE GROWTH	→ Increase prime-time share to 8.5%.	→ Average prime-time share is 7.4%.
ENTERTAINMENT STRATEGY	→ Increase prime-time entertainment from 150 to 175 hours. → Establish two hit series.	→ Exceeded target with prime-time entertainment increasing to 223.5 hours, with an additional 19.5 hours of factual entertainment programming for a total of 243 hours. → <i>Little Mosque on the Prairie</i> a bona fide hit. <i>Dragons' Den</i> performed well.
NEWS STRATEGY	→ Continue implementing CBC News Integration and the CBC News Study.	→ Significant progress, including the creation of an integrated world affairs unit and the launch of <i>myCBC</i> in Vancouver.
REGIONAL STRATEGY	→ Launch development projects in four markets. → Renew our commitment to broadcasting in the regions by presenting authentic regional voices on social, political and cultural matters.	→ An overhaul of broadcasting in the regions is underway. Nine regional lifestyle programs, 14 daily regional breaks and sixty-minute regional supper hour programs were launched, as well as <i>myCBC</i> . → Increase to 100 minutes, from 30 minutes, per day of regional programming.
MULTI-PLATFORM STRATEGY	→ Integrate approach to commissioning and creating content for all platforms.	→ Negotiations continued with independent producers and content providers for broadcast content for all platforms. → Multiple platforms are a key aim of <i>myCBC</i> .

Photo left:

George Stroumboulopoulos,
The Hour, CBC Television,
CBC Newsworld

Photo right:

What It's Like Being Alone,
CBC Television



CBC TELEVISION 2006–2007 GOALS

SOUND FINANCIAL MANAGEMENT AND CULTURE OF ACCOUNTABILITY

- Do not exceed CBC Television budget of \$517.5 million.
- Achieve revenue target of \$210 million.
- Redirect resources to top priorities (e.g.: Entertainment Strategy).
- Establish and use metrics, targets and regular reporting.
- Engender a culture that is accountable for delivering brilliant programming to audiences.
- Reward risk-taking and success.
- Give programmers the tools they need.

TWO-WAY COMMITMENT WITH EMPLOYEES

- Encourage dialogue, engagement, creativity, and loyalty.
- Promote wellness, civility and diversity in the workplace.
- Ensure consistent performance management and succession planning.

PUBLIC VALUE

- Differentiation target: maintain ratio.

CBC TELEVISION 2006–2007 ACHIEVEMENTS

- Achieved, as actual results of \$522.3 million are below final budget of \$522.4 million.
N.B.: The original target was subsequently increased with further budget releases to \$522.4 million. Actual final costs are \$522.3 million.
- Achieved \$205 million in revenues.
- In 2006–2007, resources were redirected to the top priority, adding more than 60 hours of Canadian entertainment programming to the schedule.
- Metrics and targets have been established. Performance is measured on a continuous basis in all programming areas.
- Continued *Town Hall* discussions between executive management and employees.
- First of the wellness initiatives rolled out across the country (stress workshop).
- Full compliance with the performance management program.
- Achieved.



CBC TELEVISION FUTURE DIRECTIONS

ENTERTAINMENT (DRAMA, COMEDY, FACTUAL ENTERTAINMENT, PERFORMING ARTS)

- Develop more programs that reflect the current strategy.
- Focus on more series-based programs that appeal to a broader range and number of Canadians.

CBC: WHEN, WHERE AND HOW YOU WANT IT

- Build a multi-platform strategy focusing on programming and functionality.
- Content: we are channeling our efforts into News, Entertainment and Sports.
- Technical: moving towards a Web 2.0 environment, providing audiences with the ability to comment on items, rate them, and link to them from their blog or website, to subscribe to specific types of content, to search for specific video content, and to submit user-generated content.

CBC NEWS: MAKING AN OUTSTANDING SERVICE EVEN BETTER

- Build a fully integrated News service that is deeply local, embraces the principles of civic journalism and provides Canadians with the News and information they want via whatever medium they choose.



Photos page 36, top to bottom:

Little Mosque on the Prairie

CBC Television

Jaeny Baik, Living Winnipeg

CBC Television

Photo right:

Wab Kinew, Shaken Not Stirred

CBC Radio One



CBC RADIO →→

CBC RADIO 2006-2007 GOALS

EXPANDED REGIONAL PROGRAMMING

- CBC Radio will deliver the authentic social, political and cultural voice of each region, and service to places currently unserved.

ENSURING PROGRAMMING RELEVANCE

- CBC Radio is committed to airing inspiring, innovative and excellent programming. National and international awards target: 100.
- CBC Radio is committed to growing audiences. Audience reach target: 3.8 million. Audience share target: 12.2%.
- CBC Radio is committed to reflecting the diversity of contemporary Canadian society.

RENEWAL AND RE-INVENTION

- CBC Radio will produce cultural content reflecting the needs of the Canadian public, based on results of the Corporation's Arts and Culture Study; launch a new strategy for Arts and Entertainment programming for CBC Radio One, CBC Radio 2 and CBC Radio 3; redevelop CBC Radio 2 to preserve its valued past while expanding the breadth of emerging talent on its airwaves; and deliver CBC Radio on satellite radio and through podcasting and downloading.

HIGH LEVELS OF LISTENER SATISFACTION FOR CBC RADIO ONE

- Satisfaction target: 67%
- Essential target: 85%
- Ethnically/culturally diverse target: 65%.

CBC RADIO 2006-2007 ACHIEVEMENTS

- Increase of over 500 hours of local programming, compared to last year.
- Hundreds of hours of network programming decentralised out of Toronto into the regions.
- Expanded afternoon coverage in Ottawa and Montréal.

- More than 100 major national and international programming awards, including Broadcaster of the Year (New York Festivals).
- Audience reach target achieved: 3.8 million. Audience share target exceeded: at least 13%.

- Diversity targets established and met.

- Phase One of CBC Radio 2 redevelopment launched with expanded opportunity for new Canadian composers, more regional live performance on the schedule while maintaining strong commitment to the existing classical audience.
- New high-profile Arts journalism program introduced.
- High-profile dramatic productions launched, to audience acclaim.
- Podcasting program expanded to more than 20 shows.

- Satisfaction achieved: 59%.
- Essential achieved: 83%.
- Ethnically/culturally diverse achieved: 64%.



CBC RADIO 2007–2008 FUTURE DIRECTIONS

PROGRAM DEVELOPMENT AND REDEVELOPMENT OF CBC RADIO 2

- Continued renewal and rebirth. Redevelopment of CBC Radio 2 as a music network reflecting the breadth of Canadian music and musicians, targeting adult music audiences. CBC Radio One will refocus as the primary source for News, talk and culture with values of intellectual engagement and context. CBC Radio 3 will further develop its niche as the source for adventurous contemporary Canadian music on all platforms.

NEWS INTEGRATION AND *myCBC*

- Implementation of a tri-medial strategy strongly rooted in the regions to serve Canadians with relevant News and information informed by local perspectives.

STRATEGIC DEVELOPMENT ON NEW PLATFORMS

- Execution of a tri-medial plan to deliver programming when, where and how Canadians want to receive it.

LOCAL RADIO PLAN

- Endorsement of a Local Radio Plan; 12 new stations to bring local CBC Radio service to six million English-speaking Canadians who have none now.



Photos page 38, top left to bottom:

Anna Maria Tremonti, *The Current*
CBC Radio One, Sinus 137

Adrian Harewood, *All In A Day*
CBC Radio One



CBC.ca →→

CBC.ca 2006–2007 GOALS

→ Continue growing *CBC.ca*'s audience.

→ Focus on core strengths:
relevant and popular content.

→ Continue improving the user
experience.

→ Increase revenues.

CBC.ca 2006–2007 ACHIEVEMENTS

→ *CBC.ca* continues to attract new audiences among new and established Internet users and was the number one news/media website used by Canadians between April 2006 and January 2007. The average audience to *CBC.ca* grew by 30 per cent in 2006–2007, well ahead of the growth to the Canadian Internet population and growth targets.

→ In September 2006, *CBC.ca* launched new journalistic sections focused on technology and consumer information. Both have attracted large audiences, exceeding their targets by 95% and 263%, respectively. *CBC.ca* also revamped its health section, increasing traffic by 29% since relaunching.

→ *CBC.ca* launched a new video section prominently on the front page of *www.CBC.ca*. This significantly improved video quality and increased viewing of video content by 150%, to more than two million streams per month.

→ *CBC.ca* relaunched its website in June 2006 with a new, user-friendly design, resulting in improved performance, better access to content, better usability, improved brand consistency, and increased visitor traffic. In the annual Total Audience Survey conducted in 2006, 91% of the 10,000 *CBC.ca* users polled rated it as excellent or very good.

→ As of January 2007, *CBC.ca* had already brought in double the revenue targeted for the full fiscal year. Compared with 2005–2006, revenues to the website were up 350%.



CBC.CA
2006-2007 GOALS

- Promote CBC Television and CBC Radio programs.

CBC.CA
2006-2007 ACHIEVEMENTS

- *CBC.ca* designed and built websites for several new Television and Radio programs, including *Dragons' Den*, *Test the Nation*, *The Greatest Canadian Invention*, and *Hockey: A People's History*. *CBC.ca* also developed a new website for the relaunch of CBC Radio 2. Traffic to CBC Television and CBC Radio program pages on *CBC.ca* have grown by 19% and 13%, respectively, since 2005-2006.

CBC.CA FUTURE DIRECTIONS

INCREASE *CBC.CA* TRAFFIC BY CONTINUING TO FOCUS ON CORE STRENGTHS: IMPORTANT AND POPULAR PROGRAMMING.

IMPLEMENT WEB 2.0 AND THE MEDIA PLAYER.

- Increase the amount of Television and Radio programming available online through streaming.
- Continue to improve *CBC.ca*'s ability to target and measure audience.
- Improve the audience's ability to engage with *CBC.ca* content through commenting, voting and submitting content.

INCREASE REVENUES.

SUPPORT THE DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF A MULTI-PLATFORM STRATEGY.

INCREASE SITE STABILITY AND RELIABILITY.

Photos, top to bottom:

Michel Cormier
 Télévision de Radio-Canada
 CBC News
 Carole Trahan, Espace musique



FRENCH SERVICES →→

CBC|Radio-Canada's French Services comprise Télévision de Radio-Canada, Réseau de l'information de Radio-Canada (RDI), Première Chaîne, Espace musique, Bande à part, Radio Canada International (RCI), RCI viva, and *Radio-Canada.ca*. All of these services report to the Executive Vice-President for French Services. This integrated approach facilitates the development of a global vision of French Services that recognises the individual strengths and distinctive character of each media line while promoting the overarching goal of improving the quality of the democratic and cultural life of Canadians. The Corporation is also a partner in ARTV and TV5Monde.

French Services are described in detail on pages 14–15.

FRENCH SERVICES 2006–2007 GOALS

- A GLOBAL VISION** → Integrate services to enrich offerings on all platforms and to ensure that activities are managed consistently and responsibly.

FRENCH SERVICES 2006–2007 ACHIEVEMENTS

- Several inter-media projects came together successfully. For example, *La semaine verte*, the popular Television program on the environment, food, agriculture, fishing, and forests, is now featured on Première Chaîne and *Radio-Canada.ca*.
- Several administrative services were integrated, including Finance, Operations and Communications, to ensure greater consistency.





FRENCH SERVICES
2006-2007 GOALS

A RASSEMBLEUR
PUBLIC
BROADCASTER

- Reach Télévision de Radio-Canada audience appreciation target of 6.7 (out of 10).
- Reach combined audience share target for Télévision de Radio-Canada and RDI of 15%-20%.
- Reach combined audience share target for Première Chaîne and Espace musique of 14%-16%.

FRENCH SERVICES
2006-2007 ACHIEVEMENTS

- Target achieved: 6.6 (out of 10).
- Target achieved: 15.9%.
- Target achieved: 15.2% in Fall 2006. Exceeded in Spring 2007, at 16.7%.
- *Radio-Canada.ca* remained among the country's most popular French-language media websites. From April to December 2006, the site received an average of 1.5 million unique visitors among Francophones with Internet service at home (comScore Media Metrix), up 2% from last year. The site broke a record for hits with 1,974,000 unique visitors (37.5%) of Francophones with Internet service at home.

RELIABLE,
HIGH-QUALITY
INFORMATION

- Strengthen information on our airwaves.

- In June 2006, Radio-Canada integrated its information services with the aim of ensuring that the strategies, editorial directions and major operations would enhance the credibility and quality of information at Radio-Canada, in keeping with the personality of the networks.
- Since the Fall of 2006, Télévision de Radio-Canada has offered a new forum for News, *Le téléjournal/Matin*, weekdays at 8:00 a.m.
- Since August 2006, RDI has changed direction and offers all-News programming live. Under the guidance of our three anchors, our News teams across Canada create a dynamic force that has made RDI *the* French-language News source throughout the day.

Photo left:
La galerie, Télévision de Radio-Canada

Photo right:
Les pieds dans la margelle, Télévision de Radio-Canada



FRENCH SERVICES 2006-2007 GOALS

RELIABLE, HIGH-QUALITY INFORMATION (CONTINUED)

- Strengthen information on our airwaves. (Continued)

RICH, DIVERSE CULTURAL PROGRAMMING

- Improve our cultural programming.

ROOTED IN THE REGIONS

- Create stronger regional roots for our services.

FRENCH SERVICES 2006-2007 ACHIEVEMENTS

- Première Chaîne presents a revamped version of *Désautels*, airing 3:00-5:00 p.m. in the Montréal market, and going national thereafter.
- At *Radio-Canada.ca*, users can view or hear most News and Current Affairs programs (Radio and Television) in a new section called *Radio-Canada sur demande*.

- Télévision de Radio-Canada presented 17 original dramas this year, including 11 new shows, more than any other broadcaster in Canada. A new weekly prime-time cultural magazine, *Prochaine Sortie*, was launched in Fall 2006.
- Christiane Charette returned to Première Chaîne with a new talk show concerning culture and society. Première Chaîne continues to air prestigious series and contemporary-idea programming in its late evening time slot.

- In June 2006, French Services proceeded with the first phase of integrating all regional Radio, Television and Internet services within one general management structure. The primary purpose of this restructuring is to strengthen CBC/Radio-Canada's roots in the regions by highlighting regional expertise and realities within our national programming and to improve services to the public in the regions. The first mission of this new structure was to develop a strategic plan, the impact of which will really begin to be felt in Fall 2007.



FRENCH SERVICES
2006–2007 GOALS

FRENCH SERVICES
2006–2007 ACHIEVEMENTS

ROOTED IN THE REGIONS (CONTINUED)	→	Télévision de Radio-Canada – produce weekly hours of regional programs for network, averaged annually: target of 7.	→	On target.
	→	Radio de Radio-Canada – maintain level of investment in regional production: target of 45%.	→	Achieved: 50%. → Since the Fall of 2006, Première Chaîne has offered a new program on Sunday afternoons for each of the country's major regions. → Of the concerts recorded by Espace musique, a large number are in the regions. Indeed, 70% of the 108 concerts recorded during Summer 2006 were in the regions. Among Espace musique listeners, 30% live outside Québec and 67% live outside Metropolitan Montréal.
A MEETING PLACE FOR YOUNG PEOPLE	→	Continue implementation of the youth strategy.	→	Télévision de Radio-Canada developed an approach for children and youth audiences based on the interests, availability and needs of the different age groups. Of note are two new programs for teens: <i>Kif-Kif</i> , a daily serial, and <i>Les pieds dans la marge</i> , a weekly comedy.
A STAGE FOR CANADIAN PERFORMERS	→	Promote Canada's music talent across all our platforms.	→	Espace musique's <i>Sacré talent!</i> , which introduces a promising Francophone singer every month, last Fall joined with Télévision de Radio-Canada's <i>L'heure de gloire</i> , a new music show hosted by René Simard, to feature a performance by the singer of the month.
	→	Radio de Radio-Canada – record concerts and shows: target of 350.	→	310 concerts and shows recorded.

Photo right:
Télévision de Radio-Canada
Le match des étoiles.
Télévision de Radio-Canada.



FRENCH SERVICES 2006-2007 GOALS

AT THE FOREFRONT OF NEW TECHNOLOGIES

- Remain at the forefront of new technologies.

FINANCIAL

- Télévision de Radio-Canada – invest percentage of financial resources in programming; target of 82%
- Télévision de Radio-Canada and RDI – meet advertising revenue target of \$120 million
- Maintain the Canadian Television Fund envelope for CBC/Radio-Canada French Services at level of previous years (approximately \$23 million)

FRENCH SERVICES 2006-2007 ACHIEVEMENTS

- Since Fall 2006, nearly 30% of prime-time programs on Télévision de Radio-Canada have been in high definition, making the public broadcaster Canada's biggest producer of HD programming in French.

- On target.

- On target.

- Achieved: \$25.2 million.

FRENCH SERVICES FUTURE DIRECTIONS

STRATEGIC PRIORITY: CONTINUE TO OFFER PROGRAMMING THAT IS INNOVATIVE, *RASSEMBLEUR*, HIGHLY DISTINCTIVE, AND TOP QUALITY

- Strengthen Télévision de Radio-Canada's positioning.
- Pursue the Radio development strategy.
- Showcase an original, innovative Web offering.
- Consolidate French Services' regional roots.
- Revitalise the Radio-Canada Sports brand.
- Strengthen Radio-Canada's impact as a News source.
- Propose intermedia projects that capitalise on the group's strength nationally and in the regions



GALAXIE→→

GALAXIE 2006-2007 GOALS	GALAXIE 2006-2007 ACHIEVEMENTS
→ Optimise and ensure the long-term profitability of Galaxie.	→ Galaxie is available to nearly six million subscribers, with up to 51% using the service at least once per month. → A broadband service has been developed and plans are underway to launch with several partners. → Increased penetration to commercial customers.
→ Position Galaxie as Canada's premier audio programmer and the reference production company for niche music formats.	→ Latest survey indicates that Galaxie consistently delivers in excess of 90% satisfaction levels. → International-Language channels have been developed that will be launched in 2007.
→ Contribute to the public broadcaster's cultural mandate by promoting and extending the CBC Radio-Canada brand and values.	→ Consistently delivering Canadian content levels at 35% or more across the total Galaxie channels. → Focus on new artists through the Rising Stars Program as a part of the Canadian Talent Development.

GALAXIE FUTURE DIRECTIONS

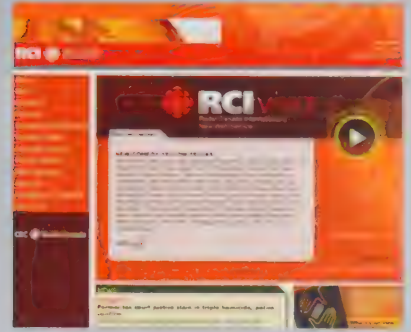
INCREASE THE NUMBER OF SUBSCRIBERS THROUGH NEW PLATFORMS AND RENEWAL OF EXPIRING AFFILIATION DEALS.

INTRODUCE SERVICE ENHANCEMENTS SUCH AS ON-SCREEN DISPLAYS, THAT MAY BE REVENUE-GENERATING.

ATTRACT NEW AUDIENCES THROUGH THE LAUNCH OF AN INTERNET SERVICE AND THE DELIVERY OF MUSIC THROUGH NEW PLATFORMS.

GROW THE COMMERCIAL BACKGROUND MUSIC BUSINESS TO INCREASE GALAXIE'S FINANCIAL PROFITABILITY.

CONTINUE TO DELIVER HIGH-QUALITY PROGRAMMING AND ENSURE THAT AUDIENCE SATISFACTION LEVELS CONTINUE TO EXCEED 90 PER CENT.



RADIO CANADA INTERNATIONAL →

Radio Canada International (RCI), CBC/Radio-Canada's international Radio service, broadcasts in nine languages via the Internet, digital and analogue shortwave, satellite, and some 400 partner stations worldwide.

RCI 2006-2007 GOALS	RCI 2006-2007 ACHIEVEMENTS
→ Offer programming designed for newcomers to educate them about Canada, its values and its social, economic and cultural life.	→ Enriched programming in the languages common to RCI and these communities. → RCI plus broadcast on Sirius Satellite Radio Channel 188. → Launch of RCI viva, the new RCI Internet service aimed at recent and aspiring immigrants to Canada.
→ Solidify partnerships with local radio stations abroad.	→ Co-productions with: Radio Cadena Nacional (Colombia) and <i>Zone libre</i> ; Radio Netherlands in Cuba; Radio Nacional de Argentina; Radio Cultura de Sao Paulo (Brazil); Radio Oxyjeunes (Dakar, Senegal); and four stations in China (China National Radio, Chongqing Radio, Radio Beijing, Hainan Radio). → 400 partner stations rebroadcast RCI content worldwide.
→ Use emerging technologies to attract new audiences	→ RCI programs now offered as podcasts.

RCI FUTURE DIRECTIONS

PURSUE RCI'S MISSION WORLDWIDE

HELP RCI VIVA TAKE ROOT IN CANADA'S CULTURAL COMMUNITIES BY STRENGTHENING NEW PROGRAMMING; INCREASING AWARENESS ABOUT RCI VIVA; AND NURTURING NEW TALENT FROM THESE COMMUNITIES.

CBC | RADIO-CANADA ON THE INTERNATIONAL SCENE

CBC | Radio-Canada has an international mission to increase understanding of Canadian values, culture and social and economic life. This year, in addition to broadcasting via Radio Canada International and RCI viva, CBC | Radio-Canada helped public broadcasters in developing countries, providing a one-year strategic support program with the Broadcasting Corporation of the Bahamas; public broadcasting training in Haiti and Algeria; and courses on journalistic ethics (Democratic Republic of Congo), election coverage (Haiti, Ivory Coast) and health journalism for public broadcasters attending the International AIDS Conference in Toronto.



REGIONAL REFLECTION, DIVERSITY AND SERVING THE COMMUNITY →→

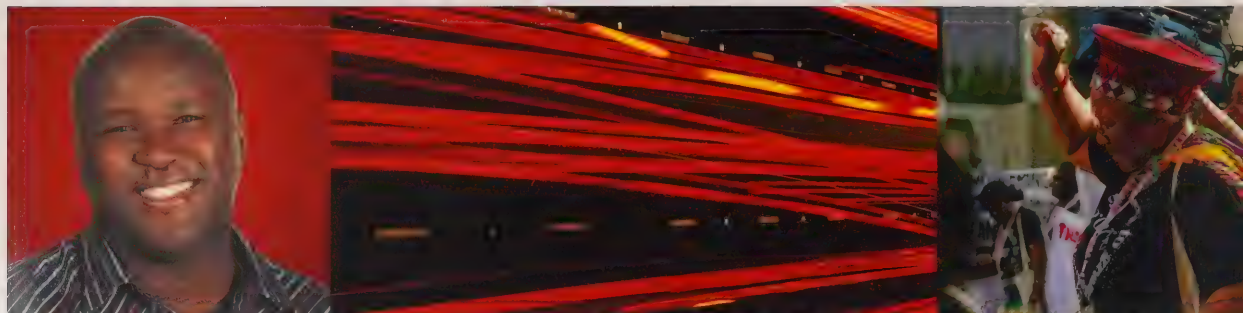
As Canada's national public broadcaster, CBC | Radio-Canada creates and broadcasts high-quality programming that reflects the country's different regions and its increasing diversity and evolving culture. The Corporation also maintains a strong presence in communities. CBC | Radio-Canada's strategic priorities support this emphasis.

CBC | Radio-Canada invests in the regions by posting journalists in nearly 70 Canadian communities and covering, in-depth, the local and regional stories that matter to audiences; featuring local speakers and perspective; and sharing stories with national audiences, to connect citizens across the country.

We are the only Canadian broadcaster to air programs in English and French across the country, in eight Aboriginal languages in the North, in nine languages around the world on Radio Canada International, and in eight languages on RCI viva for new and aspiring Canadians.

We continually evaluate our programming to ensure that it meets Canadians' expectations, and we innovate and improve when funding allows. For instance, in January 2007, CBC Television launched nine regional, daytime, lifestyle programs across the country, each exploring and showcasing communities and putting a regional focus on better living for Canadians. CBC Radio added 500 hours of local programming to the schedule this year by expanding drive-home programs to accommodate different needs in different cities. To round out its Arts and Entertainment coverage on regional newscasts, Télévision de Radio-Canada aired *Art circuit*, a magazine devoted to cultural life across the country, live out of Ottawa. Since the Fall of 2006, Première Chaîne has aired a new Sunday afternoon show for listeners in each of the country's main regions. It aims to couple the information citizens need (News, traffic and weather) with a musical line-up that both entertains and expands their horizons.

Photos page 48, top to bottom:
49th and Main, CBC Television.
Francoeur,
Télévision de Radio-Canada
Serge Bouchard,
Des idées plein la tête,
Première Chaîne, Sirius 138
Grandmothers' Gathering,
International AIDS Conference,
Toronto, CBC | Radio-Canada



Photos, top left to bottom right:

Yves-Gérard Méhou-Loko, *Café-show*, Première Chaîne.
Grandmothers' Gathering, International AIDS Conference, Toronto, CBC|Radio-Canada.
 Jacques Bertrand, *Macadam Tribus*, Première Chaîne, Sirius 138.
the fifth estate, CBC Television, CBC Newsworld.
 Sheila Rogers, *Sounds Like Canada*, CBC Radio One, Sirius 137.
 Jian Ghomeshi, *Q*, CBC Radio One, Sirius 137.

To ensure that we reflect contemporary Canada on-screen and behind-the-scenes, we have a number of initiatives, including the following:

- In early 2007, CBC Television's *Express Diversity*, CBC Radio's *Diversity: Reflecting Canada Today* and Human Resources' *Diversity* plan were joined to create *Diversity Advantage*, which describes the strategic projects and collaborative effort aimed at making CBC Radio and CBC Television the most relevant broadcaster to the most diverse public in Canada's history. Next steps include strategic hiring, programming, community outreach, promotions, and audience growth. Local newsrooms are transforming to better reflect the visible and audible diversity of audiences; while at a network level, Arts and Entertainment and Documentaries are coordinating training and mentoring opportunities for emerging writers and producers of diverse backgrounds. Strides are being made at measuring the on-air reflection of visible diversity, Aboriginal peoples and people with disabilities. A coordinated network and Human Resources plan aimed at increasing Aboriginal coverage and employees is currently in development and considerable efforts will be made towards improving retention of Aboriginal employees.
- CBC Radio's Redevelopment of CBC Radio 2 is designed to accurately reflect Canadian music and musicians for an adult audience, increasing the diversity of artists and musical selections while maintaining a strong commitment to the core classical and jazz audiences.
- Over 30 cross-cultural initiatives involve CBC|Radio-Canada's English and French services, helping to create synergy and foster productive inter-media exchanges while bringing communities closer together and raising awareness of their respective realities. Some of these initiatives take the form of special programming centred on specific themes. For example, the *Canadian Songwriters Hall of Fame* special is an annual bilingual presentation honouring both French- and English-Canadian songwriters, airing on both Espace musique and CBC Radio 2, with hosts from both networks. Other significant initiatives this year included *Hockey: A People's History*; the mini-series, *René*; the production and telecast of English versions of Radio-Canada drama series; and arts programming, including the co-produced Governor General's Performing Arts Awards.



- This year, Télévision de Radio-Canada strengthened its reflection of Canada's myriad regional perspectives and characteristics in its News and information service.
- Espace musique brought audiences an even more musically diverse environment through partnerships with cultural communities for events like Le festival du monde arabe and Nuits d'Afrique, and through support for homegrown talent via programs like *Sacré talent!*
- As part of our diversity initiatives, hundreds of CBC/Radio-Canada managers were trained in *Leading Diversity*. Programs will be developed on *Recruiting and Managing for Diversity* and *Chasing Diversity*. All of these initiatives are critical in helping the Corporation to more effectively serve a changing Canada.

For 70 years, CBC/Radio-Canada has been a vital member of the communities we serve. Every day, we are part of Canada's experience, and not just on our airwaves. We seek out programming opportunities by playing an active role in hundreds of community events, festivals, literary and artistic competitions, and fundraising events all over the country. During the 2006 holiday season alone, CBC/Radio-Canada helped collect donations of cash and food for local communities, with a value exceeding \$2.5 million.

In recent years, we have worked to strengthen our integration into the community even more fully, and to boost professional collaboration, resource-sharing and efficiency, by bringing together all of our media lines under one roof in the heart of three communities: Edmonton, Québec City and Ottawa. Our Vancouver and St. John's facilities are being consolidated this year to achieve the same successes, and similar downtown moves for our media lines in other communities are being considered.

We will continue to build strategic partnerships to extend our reach and enhance the range of our services to Canadians. We will also continue to listen to citizens across the country to strengthen relationships with our audiences and to offer programming that remains relevant to them.

Over 30 cross-cultural initiatives involve CBC/Radio-Canada's English and French services, helping to create synergy and foster productive inter-media exchanges while bringing communities closer together and raising awareness of their respective realities.





BEHIND THE SCENES→→

Supporting thousands of programs that reflect Canada's diverse regions and communities is a complex and challenging task.

Here's how CBC | Radio-Canada efficiently achieves it every day.



In the challenging context of a limited budget, steadily increasing production costs, fragmented audiences, and intense competition, CBC | Radio-Canada is continually reviewing its business approaches and production technologies to identify savings and leverage assets that can be re-invested in programming.

Since 2000–2001, we have achieved one-time productivity savings and revenue increases of \$120 million and ongoing annual savings and revenues of \$78 million. We will continue to work towards our strategic priority: *Demonstrate that CBC | Radio-Canada is a well-managed company and generate cash flow to re-invest in programming.*

REAL ESTATE

The mission of the Real Estate Division is to optimise revenues by selling or renting surplus assets and to generate savings by managing CBC | Radio-Canada real estate more efficiently. The Division frees up funds that can be invested in programming while ensuring that all CBC | Radio-Canada business units have the facilities they need.

In 2006–2007, CBC | Radio-Canada's incremental revenues, savings and avoided costs totalled more than \$22.3 million. Energy reduction measures, cost reviews, lease

audits, consolidations, and contract renegotiations generated \$12.4 million in savings and avoided costs. Sales of excess space provided \$4.6 million. Leasing and other revenues provided \$5.5 million.

Operational highlights included advancing projects to consolidate our media operations and upgrade our facilities in St. John's and Vancouver to integrate our Radio, Television and New Media networks and newsrooms, to increase journalistic collaboration and make better use of assets. In Montréal and Toronto, we are working with staff to find innovative approaches

to enhancing the functionality of our spaces, and in Toronto, we are examining a new approach that will give staff improved, updated workspaces. Future work will be self-funded, possibly through leasing excess space. In Montréal, more than 1,200 employees responded to a survey and provided their space-use priorities. Consultation is also being carried out with the community.

This year, the Canadian Broadcasting Centre in Toronto received a second Certificate of Building Excellence from the Building Owners and Managers Association (BOMA) of Greater



Toronto for its efficient operations management. Maison de Radio-Canada in Montréal was certified Go Green Plus for its environmental practices. And the 181 Queen Street, Ottawa, building won the Ottawa TOBY (Office Building of The Year) award from the Building Owners and Managers Association.

MERCHANDISING

CBC/Radio-Canada is one of the most widely recognised brands in the country. The Merchandising Division, created in 2002, generates revenues by licensing, selling and distributing CBC/Radio-Canada CDs, DVDs, digital downloads, books, clothing, and licensed merchandise nationally and internationally. In 2006–2007, the Division's revenues reached more than \$10 million.

Merchandise may be found online at cbshop.ca.

TECHNOLOGY

CBC/Radio-Canada continues to invest in state-of-the-art technology to increase efficiency and quality in the Corporation's production and business processes.

Last year, CBC Technology began to implement new telecom and broadcast technologies, resulting in \$3.3 million in annual savings. This year, the Distribution Reliability Optimisation Project achieved \$6.3 million in savings for our Television networks, \$1.1 million more than last year. The Division increased Transmission revenue by one million dollars by renting space on the Corporation's towers, sites and buildings, and renewed a \$620,000 annual shortwave transmission contract with an overseas broadcaster.

In response to a request from the CRTC, CBC/Radio-Canada developed a plan for emergency alert services using our transmission towers located across the country, with backup generators, to inform Canadians of catastrophic events such as severe weather disturbances. In February 2007, the CRTC endorsed the proposal and the Corporation will now discuss how to fund it with various levels of government.

DIGITAL AND HIGH DEFINITION TELEVISION

CBC/Radio-Canada HD transmitters offer digital and HD services in Montréal, Toronto, Québec City, Vancouver, and Ottawa. This year, we put three new HDTV studios into production in both Toronto and Montréal, with another three to be in service by Fall 2007.

CBC Television's Video Syndication (VS) unit is meeting the growing demand for content on new digital platforms through sales to distribution partners.



HD

MOBILE DIVISION

The Mobile Division ensures that programs have access to mobile production equipment and also generates revenue for investing in programming by selling excess capacity. This year, our second high definition mobile truck was built for coverage of the 2007 NHL playoffs.

CONTENT MANAGEMENT / ARCHIVES

Again in 2006–2007, the Corporation expanded its content programming, production and revenue from our archives and made progress in obtaining and exploiting rights for program content.

Photo page 52, top left:
Daniel Lessard
Les émissions du pouvoir
Télévision de Radio-Canada



HUMAN RESOURCES:
BUILDING AND
STRENGTHENING
OUR TEAM

One of the Corporation's eight strategic priorities is to: *Strengthen CBC | Radio-Canada's commitment to all its employees – to those who create and those who support them.*

This year, the Corporation focused on improving internal communications to enable employees to understand the Corporate direction and to equip them to meet current and future challenges. As well, professional development and training continued to be a top priority. Employment equity, official languages, health and safety, workforce diversity, and business continuity planning were other priorities.

CBC | Radio-Canada maintained its commitment to foster an environment that is inclusive and promotes open dialogue between managers and employees. The theme of our sixth annual Leaders' Forum in November 2006 was "Leading the Way: Working Together to Strengthen CBC | Radio-Canada." Management and Union leaders also met for the fifth Union-Management Leaders' Forum in December 2006.

To improve relations between Management and the Canadian Media Guild in the wake of the 2005 lockout, the Corporation embarked upon a relationship-building process with the Union. As well, hundreds of managers and program leaders were trained to manage the new collective agreement. Negotiations continued with ACTRA and AFM throughout the year.

ORGANISATIONAL
HEALTH AND
WELLNESS

For the last two years, creating a healthier workplace has been a priority for the Corporation. CBC | Radio-Canada Management and Unions continue to act on employee-related wellness issues cited in employee survey findings over the last six years. This year, we

established personal call rooms to address privacy issues; introduced a more robust flu education and prevention program; rolled out new seminars for stress management; and piloted employee workshops on respect in the workplace and on employee recognition.

For crisis management, we planned for a potential pandemic, focussing on protecting employees while keeping Canadians informed during a public health emergency.

Photos page 54, top to bottom:

Michael Enright,
The Sunday Edition, CBC Radio One,
Sirius 137.
Minuit le soir,
Télévision de Radio-Canada.
Wilbur, CBC Television.
Paule Therrien,
Beau temps, mauvais temps!,
Première Chaîne.

Photos page 55, top to bottom:

Stuart McLean, *Vinyl Café*,
CBC Radio One, CBC Radio 2,
Sirius 137.
*Hockey: A People's History / Hockey :
la fierté d'un peuple*, CBC Television /
Télévision de Radio-Canada.
Anais Favron, *RDI junior*, RDI.
Dominique Poirier,
Dominique Poirier en direct, RDI.
Ian Hanomansing,
CBC News: Vancouver, CBC Television.

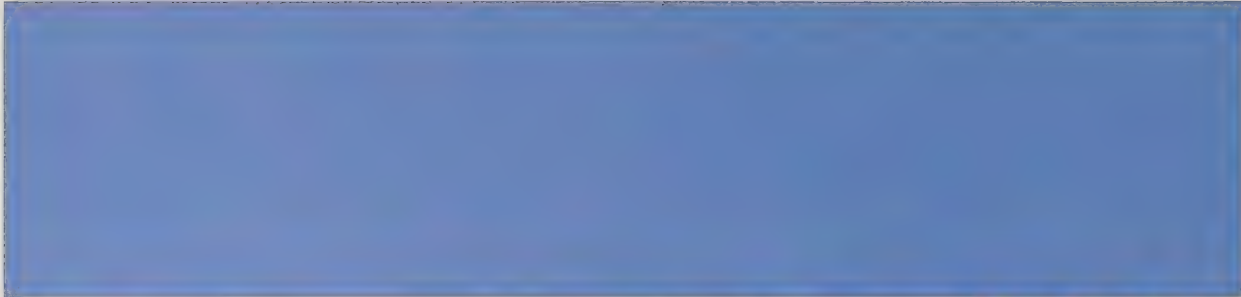
Photos page 56, top to bottom:

Marie-Josée Taillefer, Denis Gagné,
L'épicerie, Télévision de Radio-Canada.
Bernie MacNamee, *The World at Six*,
CBC Radio One, CBC Radio 2.
Découverte,
Télévision de Radio-Canada.
Marie-Claude Lavallée,
Les rendez-vous de Marie-Claude, RDI.



FINANCIALS →→





FINANCIAL REVIEW →→

2006–2007 REVIEW OF OPERATIONS

In 2006–2007, the Government's Main Estimates included one-time additional funding of \$60 million for programming initiatives.

In May 2006, CBC/Radio-Canada and Corus Entertainment Inc. reached an agreement allowing the Corporation to purchase Corus Entertainment's 53 per cent ownership stake in **The Documentary Channel**. Along with the 29 per cent that CBC/Radio-Canada already owns, this will give the Corporation majority ownership and control of the channel. The agreement is subject to the regulatory approval of the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC), which is pending and expected in the Fall of 2007. The National Film Board of Canada still owns a 14 per cent stake in the channel, while the remaining four per cent is owned by 3366341 Canada Inc., Barna-Alper Productions Inc., CineNova Productions Inc., and Omni Film Productions Ltd. Documentary programming is a core part of CBC/Radio-Canada's mandate and The Documentary Channel produces long-form documentaries. Consequently, this agreement will provide the Corporation with an opportunity to further enhance the profile and access to documentary programming in Canada at a time when audience interest in the genre is growing exponentially.

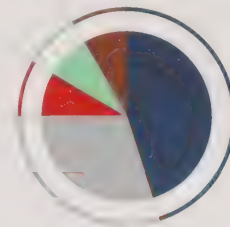
CBC/Radio-Canada – Vancouver is CBC/Radio-Canada's second largest English-language production centre and it has developed a strong connection with the Vancouver community. CBC/Radio-Canada has launched the Vancouver Redevelopment Project, which will foster a more dynamic and creative working environment for CBC/Radio-Canada employees and will allow them to work more collaboratively to continue to provide high-quality and distinctive programming on all of the Corporation's platforms, in English and French. Construction has commenced and the Vancouver Redevelopment Project will be completed in the Fall of 2009. As part of this project, CBC/Radio-Canada has sold unused density to a condominium developer and the proceeds of the sale will help pay for the redevelopment. Not all of the conditions of the sale have been met and, as per CICA Guideline 3475.35, Note 7B to the Consolidated Financial Statements, this property must be shown as being held for sale in the long term asset category.

In 2006–2007, **CBC/Radio-Canada – St. John's, Newfoundland and Labrador**, undertook a consolidation project that optimised the use of space and integrated media operations for improved management of newsgathering and editorial/assignment processes. Part of the project costs will be funded by the sale of the former Radio building in St. John's.

At year-end, **Sirius Canada Inc.**, in which the Corporation has an ownership interest, significantly exceeded its business plan projections. At the end of March 2007, the satellite radio service provider had over 300,000 paying subscribers. In February 2007, Sirius Satellite Radio Inc. and XM Satellite Radio Inc. announced a \$13 billion merger of equals in the United States. It is still too early to determine the impact this merger could have on the Canadian satellite companies, but the Corporation is closely monitoring the situation.

More than 50 per cent of CBC/Radio-Canada's capital budget over the next three years, representing some \$160 million, is planned to be spent on **production infrastructure**. Major initiatives include replacing failing obsolete analogue equipment with digital standard equipment; some high definition television (HDTV) production investments to replace existing assets that have reached their end-of-life; modernising Radio

**DISTRIBUTION OF THE 2006–2007
NON-RECURRING FUNDING OF \$60 MILLION**
(millions of dollars)



- CBC Television – \$27 million
- Television de Radio-Canada – \$18 million
- CBC Radio – \$5 million
- Radio de Radio-Canada – \$5 million
- Other programming initiatives – \$5 million

production facilities; and implementing a new Desktop Radio system and further rollout of Desktop Television production. Desktop Radio and Television production allows for more efficient means of producing and airing programs using specialised software in a desktop personal computer (PC) and server-based environment.

The CBC|Radio-Canada Pension Plan is healthy. In fact, the latest actuarial valuation as at December 31, 2006, indicated an actuarial surplus on a going-concern basis (assumes the Plan will be maintained indefinitely) of \$433 million and a surplus on a solvency basis (assumes the Plan would be wound up and benefits settled) of \$131 million. Under current federal income tax legislation, the Plan sponsor, CBC|Radio-Canada, cannot contribute to the Plan until the surplus has been reduced by \$77 million. After reviewing its options, the Board approved Management's recommendation that this \$77 million, which CBC|Radio-Canada would normally contribute towards the Pension Plan, be invested in programming and other Corporate priorities.

Although the Corporation is not subject to the same Canadian Securities Administration (CSA) rules as publicly traded companies, it did launch a project to evaluate **the design and effectiveness of CBC|Radio-Canada's internal controls**, and this work continued in 2006–2007. The ultimate goal of the project is to provide the CEO and the CFO with adequate tools in order to attest to the effectiveness of internal controls over financial reporting. This is in line with Notice 52-313, issued by the CSA in 2006, that proposes to expand Multilateral Instrument 52-109 to include the provision that the CEO and CFO be required to certify, in their annual filings, that they have evaluated the effectiveness of internal controls over financial reporting. In 2006, processes and controls affecting financial reporting and related IT systems were documented and key controls within these processes were identified. The internal controls over financial reporting were designed effectively and testing of the effectiveness of these controls continues. The documentation and assessment of processes and controls relating to the Vision Project are limited to the future state of internal controls that are proposed and planned for implementation. Therefore, the current assessment does not apply to current internal controls for processes pertaining to program contracts and rights management, commercial revenue and programming and scheduling, as well as disclosure controls and procedures, as these current controls and procedures have not been documented and evaluated under the current scope.

In 2002, CBC|Radio-Canada undertook the **Vision Project**, a very significant initiative to provide a single, integrated system to manage contracts and content, program inventory and schedules, broadcast and media management, revenue management, marketing and sales, promotions, and airtime analysis for the Corporation's English and French Television networks. Its Radio networks are involved only in the contracts system. The Corporation has made a substantial investment of money and resources in this ongoing project. At the end of March 2007, CBC|Radio-Canada was using the system in managing ARTV and for its digital channel, CBC Country Canada. Also, both CBC Newsworld and Réseau de l'information de Radio-Canada (RDI) are using the new technology and the Corporation's main Television networks are planning to go live in 2007–2008.

CBC|Radio-Canada's **Risk Management** Program is an enterprise-wide approach to the management of risks that has been integrated into business processes. The responsibility for risk management is shared among the Board of Directors, the Audit Committee, Senior Management, and operational units.

The Board oversees CBC|Radio-Canada's key risks at a governing level, approves policies and ensures that required processes and systems are in place to effectively manage risks. The Audit Committee of the Board has been delegated the responsibility for risk management and fulfils that responsibility by monitoring the key risks identified, by discussing with Management the status of several of these key risks at each meeting, and by ensuring that Management has programs in place to evaluate and test the effectiveness of internal control systems. Senior Management monitors risks and reports on CBC|Radio-Canada's key risks to the Audit Committee and to the Board, recommends policies, and oversees financial reporting and internal control systems. Media and support areas identify and assess risks through the annual business plan process, and develop detailed action plans to manage key risks and ensure that these are carried out. Standard risk definitions and evaluation criteria are used to prioritise risks on the basis of inherent risk scores, which are a function of impact and likelihood.

In 2006–2007, the more significant risks included pension solvency deficit funding requirements, uncertainty regarding CBC|Radio-Canada's future Government funding levels, decreased revenues due to fragmentation, increased competition and erosion of audience share, distribution technology changes, and possible loss of professional sports broadcast rights. Several of these risks have been mitigated or resolved. As at December 31, 2006, the CBC|Radio-Canada Pension Plan reported a pension solvency surplus ending the requirement for additional

pension contributions. The Government has recently confirmed that \$60 million in funding will be continued for 2007–2008 and 2008–2009. In addition, CBC Television has been successful in negotiating a six-year broadcast deal for national English-language broadcast and multi-media rights to NHL games in Canada.

Key risks for 2007–2008 include industry consolidation, decreased revenues due to fragmentation, erosion of conventional broadcasting audience share to emerging platforms, distribution technology changes, and regulatory decisions.

ANALYSIS OF THE 2006–2007 CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS

BALANCE SHEET

Cash and cash equivalents and short-term investments decreased from last year by \$16 million due to the prepayment of rights for the Beijing 2008 Summer Olympics and the payments to fund the CBC Pension Fund solvency deficits.

In 2005–2006, accounts receivable included outstanding invoices for the Torino Winter Olympic Games, held in February 2006, for which payment was received in 2006–2007.

The value of property and equipment increased mainly as a result of the replacement of analogue equipment with new high definition equipment and of a change in the depreciation rate for certain technical equipment items reflecting the extended useful life of these assets which also accounts for the higher value of property equipment.

The increase in the item “Employee-related liabilities (long-term)” reflects the impact of the application of rules respecting employee future benefits. Under these rules, actuarial accounting must be used to determine liabilities relative to the Pension Fund and to other employee future benefits.

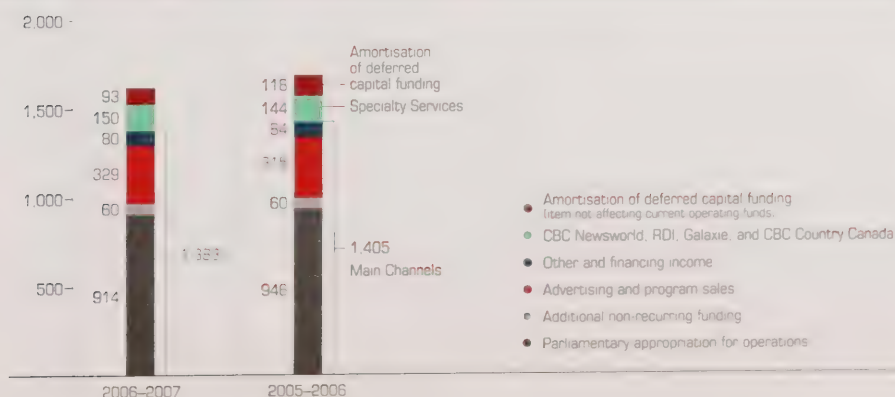
STATEMENT OF OPERATIONS AND RETAINED EARNINGS (DEFICIT)

REVENUES – 2006–2007

Advertising revenues compared to last year increased slightly, by four per cent, due to the following factors. This year, Télévision de Radio-Canada generated higher revenues as a result of the good performance of its schedule. Also, in 2005–2006, there was a substantial loss of revenue by CBC Television as a result of the National Hockey League (NHL) lockout and its own labour disruption. This was partly offset by the revenue generated by the Torino Winter Olympic Games. In all, the networks achieved 97 per cent of their advertising revenue targets for 2006–2007.

REVENUES AND OPERATING SOURCES OF FUNDS – CBC/RADIO-CANADA

(millions of dollars)



The increase of four per cent in the revenues of the Corporation's Specialty Services is mostly due to increased subscriber revenue for Galaxie, CBC Newsworld and Réseau de l'information de Radio-Canada (RDI). Overall, the Specialty Services achieved 102 per cent of the targets set at the beginning of the year.

Other income shows a decrease of seven per cent over last year and includes revenues generated by the programming content sales to Sirius Canada Inc. and by the revenues generated by the Merchandising Division. The media components overachieved their annual target for 2006–2007 by 17 per cent, by entering into more independent productions. In 2005–2006, other income had included host broadcasting activities which generated revenues during the broadcast of the World Aquatics Championships in Montréal and the Torino Winter Olympic Games.

2006–2007 OPERATING EXPENDITURES*
1,689 MILLIONS OF \$
(millions of dollars)



* Excluding loss from investments in entities subject to significant influence and recovery of income and large corporations taxes.

EXPENSES – 2006–2007

Expenditures in 2006–2007 decreased by slightly less than one per cent when compared to 2005–2006. The decrease reflects a 20 per cent decrease in the cost of amortisation of property and equipment as a result of a change in the amortisation rate for certain technical equipment items. This was offset by the return of hockey to CBC Television, new collective agreements and increased programming expenses for Télévision de Radio-Canada. In 2005–2006, expenditures included the cost of the Torino Winter Olympic Games and a reduced level of activity during the Canadian Media Guild (CMG) lockout.

2007–2008 AND SUBSEQUENT YEARS

CBC|Radio-Canada has successfully concluded negotiations with **The Fédération Internationale de Football Association (FIFA)** and has secured the broadcast rights to a comprehensive soccer programming package from 2007 through 2014, including the 2010 FIFA World Cup from South Africa and the 2014 FIFA World Cup. The broadcast package also includes the FIFA Men's U–20 World Cup, taking place in Victoria, Burnaby, Edmonton, Montréal, Ottawa, and Toronto, in July 2007. CBC|Radio-Canada will act as host broadcaster for this event, featuring the most talented under–20 players from around the globe. Additional events in the package include the FIFA Women's World Cup in China 2007, and the FIFA Women's World Cup in 2011.

The tradition continues with the Corporation successfully negotiating a new six-year broadcast agreement with the National Hockey League (NHL) for national English-language broadcast and multi-media rights to NHL games in Canada, beginning with the 2008–2009 season. For the first time, the agreement allows the Corporation to offer Canadians more hockey, via more platforms, than ever before. The broadcasts of the future will take the game to fans where they are, when they want it and how they want it, through on-demand video streaming of all CBC broadcasts at CBC.ca, game coverage and content on mobile phones and Video-on-Demand.

The Honourable Beverley J. Oda, Minister of Canadian Heritage and Status of Women, has confirmed additional funding of **\$60 million** for Canadian programming for each of the next two fiscal years, enabling CBC|Radio-Canada to continue its significant investment in unique, high-quality programming for Canadians. In the past, the \$60 million special annual funding has allowed CBC|Radio-Canada to introduce significant improvements to the Corporation's services, including: the creation of new Television drama and entertainment programs like *Intelligence*, *Dragons' Den*, *René II* and *Rumeurs*; the strengthening of existing Radio and Television programs, like *Écoute pas ça* and *Opening Night*; and the development of unique bilingual programs and events like *Hockey: A People's History/Le Hockey, une histoire populaire* and *Champlain*.

That this support is for two years, 2007–2008 and 2008–2009, is particularly encouraging. The Government has now shown its commitment to Canadian programming for eight consecutive years. This two-year commitment

from Canadians provides a measure of stability, which allows planning for the future, and enhancement of the Canadian programs that the Corporation can offer across all of its services and platforms.

In February 2007, the CRTC set up a task force to resolve concerns regarding the **Canadian Television Fund**. The aim of the task force is to develop a consensus to resolve the concerns raised by stakeholders or, failing that, to set out possible options for resolving any remaining issues. The outcome of this consensus could lead to a different level of funding for CBC | Radio-Canada.

With the coming into force of certain provisions of the *Federal Accountability Act*, CBC | Radio-Canada will become subject to the *Access to Information Act* on September 1, 2007. Over the past year the Corporation has been working to ensure that it will be ready to deal with information requests. Although the volume of requests cannot be reliably estimated at this time, compliance with the *Act* has the potential to consume significant resources.

CBC | Radio-Canada has undertaken two long-term projects related to space optimisation and enhanced functionality. One is a project that has as its goal to fundamentally change and improve the workplace for employees and to make better use of the public space within the **Canadian Broadcasting Centre in Toronto**, while freeing up space that will be leased to generate additional revenue to fund the improvements and to reinvest in core programming. The other is a study on the modernisation of **Maison de Radio-Canada (MRC) and the MRC site in Montreal**. The project is structured around four main objectives: create an exciting, high-performance work environment for staff; tailor our facilities to meet the needs of a 21st-century broadcaster; finance the project without public or programming funds; and respect the neighbouring community's needs and better align MRC with the city's urban development plan.

FINANCIAL HIGHLIGHTS FROM THE PAST FIVE YEARS

FOR THE YEAR ENDED MARCH 31	2007	2006	2005	2004	2003
	(MILLIONS OF DOLLARS)				
GOVERNMENT FUNDING					
Parliamentary appropriations	914	946	877	873	877
Non-recurring funding for programming initiatives	60	60	60	60	60
REVENUE					
Advertising and program sales	329	315	322	283	284
Other income	64	70	73	79	73
Specialty Services	150	144	138	132	123
EXPENSES					
Television and Radio services costs	1,377	1,367	1,383	1,330	1,198
Specialty Services	127	126	121	116	117

FINANCIAL RATIOS

LIQUIDITY RATIOS					
FOR THE YEAR ENDED MARCH 31	2007	2006	2005	2004	2003
Current ratio ¹	1.30	1.46	1.36	1.64	1.55
Quick ratio ²	0.88	1.02	0.92	1.25	1.24

¹ Current assets / current liabilities

² (Current assets-inventory) / current liabilities

MANAGEMENT'S RESPONSIBILITY
FOR THE CONSOLIDATED
FINANCIAL STATEMENTS→→

The consolidated financial statements and all other information presented in this Annual Report are the responsibility of management and have been reviewed and approved by the Board of Directors of the Corporation. These consolidated financial statements, which include amounts based on management's best estimates as determined through experience and judgement, have been properly prepared within reasonable limits of materiality and are in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

Management of the Corporation maintains books of account, records, financial and management controls, and information systems, which are designed to provide reliable and accurate financial information on a timely basis. The controls provide reasonable assurance that assets are safeguarded, that resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, that the operations of the Corporation are carried out effectively and that transactions are in accordance with the applicable provisions of part X of the *Financial Administration Act*, part III of the *Broadcasting Act* and the by-laws of the Corporation.

The Corporation's Internal Auditor has the responsibility for assessing the Corporation's systems, procedures and practices. The Auditor General of Canada conducts an independent audit of the annual consolidated financial statements and reports on her audit to the Minister of Canadian Heritage and Status of Women.

The Board of Directors' Audit Committee, which consists of five members, none of whom is an officer of the Corporation, reviews and advises the Board on the consolidated financial statements and the Auditor General's report thereto. The Audit Committee oversees the activities of Internal Audit and meets with management, the Internal Auditor and the Auditor General on a regular basis to discuss the financial reporting process as well as auditing, accounting and reporting issues.

OTTAWA, CANADA
MAY 28, 2007



PRESIDENT AND CHIEF EXECUTIVE OFFICER



VICE-PRESIDENT AND CHIEF FINANCIAL OFFICER

AUDITOR'S REPORT →→

To the Minister of Canadian Heritage and Status of Women

I have audited the consolidated balance sheet of the Canadian Broadcasting Corporation as at March 31, 2007 and the consolidated statements of operations and retained earnings (deficit) and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Corporation's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these consolidated financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Corporation as at March 31, 2007 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. As required by the *Financial Administration Act*, I report that, in my opinion, these principles have been applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Further, in my opinion, the transactions of the Corporation that have come to my notice during my audit of the consolidated financial statements have, in all significant respects, been in accordance with the applicable provisions of Part X of the *Financial Administration Act*, Part III of the *Broadcasting Act* and the by-laws of the Corporation.



SHEILA FRASER, FCA
AUDITOR GENERAL OF CANADA

OTTAWA, CANADA
MAY 28, 2007

CONSOLIDATED
BALANCE SHEET →→

AS AT MARCH 31

	2007	2006
	(THOUSANDS OF DOLLARS)	
ASSETS		
CURRENT		
Cash and cash equivalents	47,655	-
Short-term investments (NOTE 3)	29,998	93,658
Accounts receivable	138,939	181,048
Inventory (NOTE 4)	136,150	145,584
Prepaid expenses	67,987	56,795
Net investment in sales-type leases (NOTE 5)	1,863	1,771
Property held for sale (NOTE 7)	765	-
	423,357	478,856
LONG-TERM		
Property and equipment (NOTE 6)	1,009,348	971,649
Property held for sale (NOTE 7)	516	-
Long-term receivables (NOTE 8)	70,437	72,016
Net investment in sales-type leases (NOTE 5)	64,073	65,551
Deferred charges	20,468	12,908
Long-term investments (NOTE 9)	3,678	3,924
	1,591,877	1,604,904
LIABILITIES		
CURRENT		
Bank overdraft	-	2,556
Accounts payable and accrued liabilities	139,281	138,766
Deferred revenues	6,125	685
Employee-related liabilities (NOTE 10)	162,581	167,247
Bonds payable (NOTE 12)	18,138	17,766
	326,125	327,020
LONG-TERM		
Long-term investments (NOTE 9)	1,417	-
Deferred revenues	2,537	2,780
Employee-related liabilities (NOTE 10)	314,961	298,230
Bonds payable (NOTE 12)	334,951	342,348
Deferred capital funding (NOTE 13)	642,130	599,541
	1,295,996	1,242,899
EQUITY		
Retained earnings (deficit) (NOTE 14)	(30,244)	34,985
	1,591,877	1,604,904

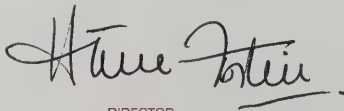
Commitments and contingencies (NOTES 15 AND 16)

The accompanying notes form an integral part of the consolidated financial statements.

APPROVED BY THE BOARD OF DIRECTORS:



DIRECTOR



DIRECTOR

CONSOLIDATED STATEMENT OF OPERATIONS AND RETAINED EARNINGS (DEFICIT) →→

FOR THE YEAR ENDED MARCH 31

	2007	2006
	THOUSANDS OF DOLLARS	
REVENUES		
Advertising and program sales	328,898	314,708
Specialty Services (NOTE 17)	150,107	144,265
Other income	64,446	69,707
Financing income	15,835	14,737
	559,286	543,417
EXPENSES		
Television and Radio service costs	1,376,522	1,366,659
Specialty Services (NOTE 17)	126,701	126,348
Amortisation of property and equipment	99,395	123,841
Transmission, distribution and collection	62,875	63,023
Corporate management	16,567	16,542
Payments to private stations	7,283	7,997
Loss from investments in entities subject to significant influence	6,663	7,109
	1,696,006	1,711,519
OPERATING LOSS BEFORE GOVERNMENT FUNDING AND TAXES	(1,136,720)	(1,168,102)
GOVERNMENT FUNDING		
Parliamentary appropriation for operating expenditures (NOTE 18)	974,324	1,006,231
Amortisation of deferred capital funding (NOTE 13)	93,141	117,956
	1,067,465	1,124,187
NET RESULTS BEFORE TAXES	(69,255)	(43,915)
Recovery (provision) of income and large corporations taxes (NOTE 19)	26	(272)
NET RESULTS FOR THE YEAR	(69,229)	(44,187)
RETAINED EARNINGS, BEGINNING OF YEAR	34,985	75,172
WORKING CAPITAL FUNDING (NOTE 18)	4,000	4,000
RETAINED EARNINGS (DEFICIT), END OF YEAR	(30,244)	34,985

The accompanying notes form an integral part of the consolidated financial statements.

CONSOLIDATED STATEMENT OF CASH FLOWS →→

FOR THE YEAR ENDED MARCH 31

	2007	2006
	(THOUSANDS OF DOLLARS)	
CASH FLOWS FROM (USED IN)		
OPERATING ACTIVITIES		
Net results for the year	(69,229)	(44,187)
Items not involving cash:		
Loss (gain) on disposal of property and equipment	(21)	434
Amortisation of property and equipment	99,395	123,841
Impairment of property and equipment	803	-
Loss from investments in entities subject to significant influence	6,663	7,109
Amortisation of deferred charges	542	556
Amortisation of deferred capital funding	(93,141)	(117,956)
Property reclassified as held for sale	1,281	-
Property held for sale [long-term]	(516)	-
Change in deferred revenues [long-term]	(243)	(311)
Change in long-term receivables	(671)	-
Change in employee-related liabilities [current]	2,602	(384)
Change in employee-related liabilities [long-term]	16,731	67,624
Net change in non-cash working capital balances (NOTE 20)	99,759	(61,549)
	63,955	(24,823)
FINANCING ACTIVITIES		
Parliamentary appropriations (NOTE 18):		
Capital funding	135,730	87,510
Working capital funding	4,000	4,000
Repayment of bonds payable	(6,870)	(6,378)
	132,860	85,132
INVESTING ACTIVITIES		
Acquisition of property and equipment	(138,720)	(116,067)
Purchase of long-term investments	(5,000)	(7,000)
Maturity of long-term investments	-	34,360
Recovery from salary advances	855	647
Capital recovery from notes receivable	1,300	1,575
Capital recovery from net investment in sales-type leases	1,378	1,285
Deferred charges	(8,102)	-
Proceeds from disposal of property and equipment	1,685	1,848
	(146,604)	(83,352)
INCREASE (DECREASE) IN CASH AND CASH EQUIVALENTS	50,211	(23,043)
CASH AND CASH EQUIVALENTS (BANK OVERDRAFT), BEGINNING OF YEAR	(2,556)	20,487
CASH AND CASH EQUIVALENTS (BANK OVERDRAFT), END OF YEAR	47,655	(2,556)
Consist of:		
Bank overdraft	-	(2,556)
Cash	47,458	-
Cash equivalents	197	-
	47,655	(2,556)
Supplementary information:		
Interest paid	26,169	26,659
Income tax paid (recovered)	(23)	362

The accompanying notes form an integral part of the consolidated financial statements.

NOTES TO THE CONSOLIDATED FINANCIAL STATEMENTS →

FOR THE YEAR ENDED MARCH 31, 2007

1. AUTHORITY AND OBJECTIVE

CBC|Radio-Canada (the Corporation) was first established by the 1936 *Canadian Broadcasting Act* and continued by the 1958, 1968 and 1991 Broadcasting Acts. The Corporation is an agent of Her Majesty and all property acquired by the Corporation is the property of Her Majesty.

As the national public broadcaster, CBC|Radio-Canada provides Radio, Television and New Media services in both official languages incorporating predominantly and distinctively Canadian programs to reflect Canada and its regions to national and regional audiences.

In accordance with section 85(1) of the *Financial Administration Act*, the Corporation is exempt from Divisions I to IV of Part X of this *Act*, except for sections 131 to 148 and 154.01, and is accountable for its affairs to Parliament through the Minister of Canadian Heritage and Status of Women.

CBC|Radio-Canada is a federal Crown corporation subject to federal corporate income tax by virtue of the *Income Tax Act* (Canada) and the Regulations thereto. CBC|Radio-Canada is not subject to any provincial corporate income taxes but is subject to sales taxes at both the federal and provincial levels.

2. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

The consolidated financial statements of the Corporation have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles and include the following significant accounting policies.

A. BASIS OF CONSOLIDATION

The consolidated financial statements include the accounts of the Corporation and the Broadcast Centre Trust, a variable interest entity (VIE) for which the Corporation is the primary beneficiary.

B. PARLIAMENTARY APPROPRIATIONS

The Corporation receives a substantial portion of its funding from the Government of Canada. Parliamentary appropriations for operating expenditures are recorded in the *Consolidated Statement of Operations and Retained Earnings (Deficit)*. Parliamentary appropriations for property and equipment subject to amortisation are recorded as deferred capital funding on the *Consolidated Balance Sheet*, and are amortised on the same basis and over the same periods as the related property and equipment. Parliamentary appropriations for working capital and purchase of lands are recorded in Equity.

C. CASH EQUIVALENTS

Cash equivalents, which are carried at cost as they are intended to be held to maturity, are comprised of marketable securities with original maturity dates of less than 90 days.

D. SHORT-TERM INVESTMENTS

Short-term investments, which are carried at cost as they are intended to be held to maturity, consist of marketable securities with original maturity dates in excess of three months and current maturities of less than 12 months from the balance sheet date.

2. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES (CONTINUED)

E. FOREIGN CURRENCY TRANSLATION

Monetary assets and liabilities denominated in foreign currencies are translated to Canadian dollars at the exchange rates in effect at the balance sheet date and non-monetary items are translated at rates in effect when the assets were acquired or obligations incurred. Revenues and expenses are translated at average exchange rates during the year. All exchange gains or losses are included in determining net results for the year.

F. DERIVATIVE FINANCIAL INSTRUMENTS

The Corporation uses derivative financial instruments such as forward contracts to manage the risk of loss due to adverse movements in foreign exchange. Foreign exchange forwards are contractual obligations in which two counterparties agree to exchange one currency for another at a specified price for settlement at a predetermined future date. The Corporation's policy is not to utilise derivative financial instruments for trading or speculative purposes.

A derivative must be designated and effective to be accounted for as a hedge. Effectiveness is achieved if the cash flows or fair values of the derivative substantially offset changes in cash flow or fair value of the hedged position and the timing is similar.

The Corporation formally documents all relationships between hedging instruments and hedged items, as well as its risk management objective and strategy for undertaking various hedge transactions. This process includes linking all derivatives to specific firm commitments. The Corporation also formally assesses, both at the hedge's inception and on an ongoing basis, whether the derivatives that are used in hedging transactions are highly effective in offsetting changes in fair values or cash flows of hedged items.

Foreign exchange gains or losses related to derivatives that are hedged are recognised at the same time as the related hedged financial instruments are settled. The forward contracts are accounted for as off-balance sheet items and are only recognised when one of the following events occurs: the anticipated transaction is realised; the hedged item is settled; the hedging relationship ceases to be effective; or, the hedging relationship designation is terminated. Any derivative financial instrument held by the Corporation that is not or no longer designated as an eligible hedge is carried at fair value on the *Consolidated Balance Sheet*, and any change in the fair value is charged or credited to the *Consolidated Statement of Operations and Retained Earnings (Deficit)*.

G. INVENTORY

(I) PROGRAM INVENTORY

Programs completed and in process of production are recorded at cost. Cost includes the cost of materials and services, labour and overhead expenses applicable to programs. Program costs are charged to operations as the programs are broadcast, deemed unusable, or sold.

The costs of programs with multiple telecasts are amortised based on the following rate:

CATEGORY	AMORTISATION BASIS
→ Program with multiple telecasts ¹	70%/30% on first/second showing respectively
→ Children's programming	evenly over each telecast (up to a maximum of 5 telecasts)
→ Shorts and fills with multiple telecasts	amortised over contract period
→ Program strips	evenly over each telecast

¹ With the exception of children's programming, shorts and fills and program strips.

The Corporation enters into contracts for independent productions, film and script rights. The payments made under the terms of each contract are recorded as prepaid expenses and recorded as program inventory when the following criteria are met: cost is determined, material is accepted and program is available for broadcast. Costs are charged to operations in accordance with the above amortisation basis or when sold.



2. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES (CONTINUED)

G. INVENTORY (CONTINUED)

(II) IMPAIRMENT

Inventory is reviewed for impairment on an annual basis. When the inventory is deemed unusable, the unamortised cost is charged to operations.

(III) OTHER INVENTORY

Independent productions for which a payment is due and which do not meet the program inventory criteria, and various inventory from the Merchandising Division stated at the lower of cost and the net realisable value, are presented as other inventory.

H. PROPERTY AND EQUIPMENT

Property and equipment are recorded at cost less accumulated amortisation. The cost of assets constructed by the Corporation includes material, direct labour and related overhead. Amounts included in uncompleted capital projects are transferred to the appropriate property and equipment classification upon completion, and are then amortised. Amortisation is calculated on the straight-line method using rates based on the estimated useful life of the property and equipment, as follows:

→ Buildings	33 years
→ Technical equipment	
Transmitters and towers	20 years
Electrical equipment	16 years
Other	8 years
→ Furnishings and office equipment	10 years
→ Computers	
Mainframe computers (hardware and software)	5 years
Microcomputers (hardware and software)	3 years
→ Automotive	
Specialised vehicles	20 years
Television and Radio News trucks, 5-ton and 10-ton heavy trucks	12 years
Snowmobiles, all-terrain vehicles	10 years
Utility vehicles, vans	8 years
Automobiles, cars and minivans	5 years

Leasehold improvements are capitalised and amortised over the terms of the respective leases.

Effective April 1, 2006, the estimated useful lives of certain technical equipment items changed from five to 16 years for electrical equipment and from five to eight years for other technical equipment. These changes are based on the Corporation's experience and extended use of these assets. As a result of these changes in estimated useful life, amortisation of property and equipment expenses decreased by approximately \$31 million in 2006–2007.

I. NET INVESTMENT IN SALES-TYPE LEASES

Assets leased under terms that transfer substantially all of the benefits and risks of ownership to the lessee are accounted for as sales-type leases.

Finance income from sales-type leases is recognised in a manner that produces a constant rate of return on the investment in the leases. The investment in the leases for purposes of income recognition is composed of net minimum lease payments and unearned finance income.

J. DEFERRED CHARGES

Initial costs incurred as a result of an operating lease are amortised over the period of the lease. Other deferred charges are amortised over the period of the respective agreements.

2. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES (CONTINUED)

K. LONG-TERM INVESTMENTS

Investments in entities over which the Corporation does not exercise significant influence are recorded using the cost method. Investments in entities over which the Corporation exercises significant influence are accounted for using the equity method. Under this method, the Corporation's investment is initially recorded at cost and adjusted thereafter to include the Corporation's pro rata share of earnings of the investee. The amount of the adjustment is included in other income. When net losses from an equity accounted for investment exceed its carrying amount, the investment balance is reduced to zero and additional losses are not provided for unless the Company is committed to providing financial support to the investee.

Investments are reviewed for impairment when events or changes in circumstances indicate that there is a loss in value. If there is evidence that the loss is due to circumstances other than a temporary decline, the investment will be written down to recognise the loss.

L. PENSION COST AND OBLIGATION

The Corporation provides pensions based on length of service and final average earnings as classified under defined benefit retirement pension arrangements.

The cost of pension benefits earned by employees is determined on an actuarial basis using the projected benefit method pro-rated on service and Management's best assumptions such as the expected long-term rate of return on plan assets, rate of compensation, inflation, retirement ages of employees, and mortality of members.

The pension costs are determined using the cost of employee pension benefits for the current year's service, the interest cost on the accrued benefit obligation, the expected investment return on the actuarial value of plan assets, the amortisation of the transitional asset, the amortisation of net actuarial gains and losses, and the amortisation of past service costs. The market-related value of plan assets is used for the purpose of calculating the expected return on plan assets. The method used to determine the market-related value consists of spreading a given year's realised and unrealised capital gains and losses uniformly over that year and the three subsequent years.

The discount rate used to determine the accrued benefit obligation is based on the interest rate inherent in the amount at which the accrued benefit obligation could be settled.

Actuarial gains (losses) on plan assets arise from the difference between the actual return on plan assets for a period and the expected return on plan assets for that period. Actuarial gains (losses) on the accrued benefit obligation arise from differences between actual and expected experience and from changes in the actuarial assumptions used to determine the accrued benefit obligation. The net accumulated actuarial gains (losses) are amortised over the average remaining service period of active employees. The average remaining service period of the active employees covered by the pension plans is between 6.5 and 13.5 years (2006 – between 9.0 and 13.5 years).

On April 1, 2000, the Corporation adopted the new accounting standard on employee future benefits using the prospective application method. The Corporation is amortising the transitional pension asset on a straight-line basis over 13.5 years, which was the average remaining service period of the active employees expected to receive benefits under the Pension Plan as of April 1, 2000.

Past service costs arising from plan amendments are deferred and amortised on a straight-line basis over the average remaining service period of employees active at the date of amendment.

2. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES (CONTINUED)

M. EMPLOYEE FUTURE BENEFITS OTHER THAN PENSIONS

The Corporation provides employee future benefits such as severance and other benefits including continuation of benefits coverage for employees on long-term disability, post-retirement life insurance and workers' compensation.

The cost of these benefits is determined on an actuarial basis using the projected benefit method pro-rated on service and Management's best assumptions such as salary increases, inflation, retirement ages of employees, mortality of members, and expected health care costs.

For employee termination benefits and post-retirement life insurance, the transitional obligation and the net actuarial gains or losses are amortised over the average remaining service period of the employee group. The transitional obligation and the net actuarial gains or losses for continuation of benefits for employees on long-term disability and workers' compensation are amortised over the expected average remaining duration of payments. The amortisation periods used for these plans are between 8.0 and 15.7 years (2006 – between 7.6 and 13.5 years).

Since a major portion of the liabilities for these items represents costs, which will be funded mainly from appropriations received from the Government of Canada in the future, these items do not have an impact on the Corporation's current net results of operations on a government funding basis.

N. INCOME TAXES

The Corporation follows the asset and liability method of accounting for income taxes. Future income tax assets and liabilities are recognised for the estimated future tax consequences attributable to differences between the consolidated financial statement carrying amounts of existing assets and liabilities and their respective tax bases. The rates used to calculate the future income tax assets and liabilities are the enacted or substantively enacted tax rates in effect for the year in which those temporary differences are expected to be recovered or settled. If realisation of future income tax assets is considered more unlikely than likely, a valuation allowance is provided.

O. REVENUE RECOGNITION

(I) ADVERTISING AND PROGRAM SALES

Revenues from the sale of advertising airtime are recognised when the advertisement has been broadcast. Revenues from the sale of programs by the Main Channels to third-party broadcasters are recognised when the sale of goods or the rendering of services has been completed.

(II) SPECIALTY SERVICES

Revenues from Specialty Services include the sale of advertising airtime, subscriber revenues, and the sale of programs by the Specialty channels to third-party broadcasters. Revenues from the sale of advertising airtime are recognised when the advertisement has been broadcast. Revenues from program sales and subscriber fees are recognised when the sale of goods or the rendering of services has been completed.

(III) OTHER INCOME

Other income includes revenues from the leasing of space, facilities and services; activities such as host broadcaster; commercial production sales; and gains or losses from disposal of property and equipment. These are recognised when the sale of goods or the rendering of services has been completed.

(IV) FINANCING INCOME

Financing income includes interest revenues from bank accounts, short-term investments, investments in sales-type leases, and notes receivable. Interest is recognised in the year it is earned.

2. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES (CONTINUED)

P. TELEVISION AND RADIO SERVICE COSTS

Television and Radio services costs include all costs related to the production of programs including direct out-of-pocket expenditures, departmental and administration expenses and the cost of activities related to technical manpower and facilities. A portion of the costs of operational support provided by services such as Human Resources, Finance and Administration, Building Management, and other shared services are also included in the related costs. Television and Radio services costs also include programming-related activities such as Marketing and Sales and Communications.

Q. MEASUREMENT UNCERTAINTY

The preparation of consolidated financial statements in accordance with Canadian generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities at the date of the consolidated financial statements and the reported amounts of revenues and expenses for the year. Employee-related liabilities, estimated useful lives of property and equipment, estimated useful lives of program inventory and contingent liabilities are the most significant items where estimates are used. Actual results could significantly differ from those estimated.

R. FUTURE ACCOUNTING CHANGES

In January 2005, the Canadian Institute of Chartered Accountants (CICA) issued the following three accounting standards, which will become effective in 2007–2008 for the Corporation:

Section 3855: Financial Instruments – Recognition and Measurement – This standard sets out criteria for the recognition, derecognition, measurement, and classification of financial instruments. The Corporation will be required to categorise its financial assets as held for trading, held to maturity, available for sale, or as loans and receivables. Financial liabilities will be required to be classified as held for trading or other financial liabilities. The related accounting treatment will be dependent on the classification. On initial recognition, all financial instruments are to be measured at fair value on the *Consolidated Balance Sheet*. Subsequent to initial recognition, financial instruments categorised as held for trading or available for sale will continue to be measured at fair value while financial instruments classified as held to maturity, loans and receivables or other liabilities are to be measured at amortised cost using the effective interest method. Changes in the fair value of financial instruments held for trading will be recognised in the *Consolidated Statement of Operations and Retained Earnings (Deficit)* while changes in the fair value of assets classified as available for sale will be recognised as *Other Comprehensive Income* until the financial asset is disposed of or becomes other than temporarily impaired. Comprehensive income will comprise the Corporation's consolidated net results and other comprehensive income. *Accumulated Other Comprehensive Income* will be presented on the *Consolidated Balance Sheet* as a new component of equity.

Section 3865: Hedges – Derivatives will be classified as held for trading unless designated as hedging instruments. All derivatives, including embedded derivatives that are not closely related to the host contract, will be measured at fair value. For derivatives that hedge the changes in fair value of an asset or liability, changes in the derivatives' fair value will be reported in the net results and offset by changes in the fair value of the hedged asset or liability. For derivatives that hedge variability in cash flows, the effective portion of changes in the derivatives' fair value will be initially recognised in the new category, *Other Comprehensive Income*, and will subsequently be reclassified to net results in the periods affected by the variability in the cash flows of the hedged item.

Section 1530: Comprehensive Income – This standard requires certain gains and losses, that would otherwise be recorded as part of net results, to be presented in *Other Comprehensive Income* until it is considered appropriate that they be recognised in net results. The Corporation may be required to present a new financial statement titled *Comprehensive Income* to record such amounts until they are realised.

2. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES (CONTINUED)

R. FUTURE ACCOUNTING CHANGES (CONTINUED)

The Corporation is in the process of analysing these new standards including determining the assets and liabilities that need to be classified, and selecting and documenting their classifications, effective April 1, 2007. As a result, the carrying amount of the financial assets and liabilities affected will be adjusted as appropriate in order to comply with the new standards. All adjustments to the current carrying amount of financial assets and financial liabilities will be recognised as an adjustment to the balance of equity on April 1, 2007, except when a financial asset is classified as available for sale or for a derivative within an effective cash flow hedge. For available for sale financial assets, the adjustment will be included in the opening balance of *Accumulated Other Comprehensive Income*, as a separate component on April 1, 2007. For derivatives designated within an effective cash flow hedge relationship, the effective portion of the initial fair value on April 1, 2007 will also be recorded in *Accumulated Other Comprehensive Income*.

The CICA has issued Financial Instruments – Disclosures (Section 3862) and Financial Instruments – Presentation (Section 3863). These standards are effective for the fiscal year beginning April 1, 2008, however early adoption is permitted. The Corporation is reviewing the impact of these new standards and will follow Section 3861 – Financial Instruments (Presentation and Disclosure) until the new standards are adopted.

3. SHORT-TERM INVESTMENTS

The average yield to maturity of the portfolio held as at March 31, 2007 is 4.22 per cent (2006 – 3.18 per cent). The average term to maturity is 299 days (2006 – 158 days).

The Corporation invests in money market and short-term securities. These investments are limited to securities that are 100 per cent guaranteed by the Government of Canada.

4. INVENTORY

	2007	2006
	(THOUSANDS OF DOLLARS)	
Program inventory	133,903	141,505
Other inventory	2,247	4,079
	<u>136,150</u>	<u>145,584</u>

5. NET INVESTMENT IN SALES-TYPE LEASES

The Corporation’s net investment in sales-type leases includes the following:

	(THOUSANDS OF DOLLARS)
Total minimum lease payments receivable	124,104
Unearned income	(58,168)
	65,936
Current portion	(1,863)
LONG-TERM PORTION	64,073

Future minimum lease payments receivable under the sales-type leases are as follows:

2008	6,050
2009	6,050
2010	6,050
2011	6,050
2012	6,050
2013 to 2027	93,854
TOTAL FUTURE MINIMUM LEASE PAYMENTS RECEIVABLE	124,104

These sales-type leases bear a fixed interest rate of 7.15 per cent annually. The interest revenues generated from these sales-type leases represent \$4.7 million in 2007 (2006 – \$4.8 million).

6. PROPERTY AND EQUIPMENT

			2007	2006
	Cost	Accumulated amortisation	Net book value	
			(THOUSANDS OF DOLLARS)	
Land	21,129	-	21,129	21,727
Buildings	893,775	(454,592)	439,183	459,089
Technical equipment	1,322,863	(963,768)	359,095	321,308
Computers, furnishings and office equipment	171,715	(106,887)	64,828	46,000
Automotive	47,345	(34,786)	12,559	13,817
Leasehold improvements	44,588	(12,328)	32,260	34,273
Uncompleted capital projects	80,294	-	80,294	75,435
	2,581,709	(1,572,361)	1,009,348	971,649¹

¹ Costs and accumulated amortisation of property and equipment as at March 31, 2006, amounted to \$2,512.0 million and \$1,540.3 million, respectively.

7. PROPERTY HELD FOR SALE

A. PROPERTY HELD FOR SALE – SHORT TERM

As part of a consolidation project in St. John's, Newfoundland and Labrador, the Corporation made available for sale a building and a piece of land. The sale is effective as of May 2007. These assets are reported as held for sale at their estimated fair value of \$0.8 million, which represents the purchase price offer. Consequently, an impairment loss of \$0.8 million was recorded, as the carrying value of these assets exceeded their market value. The impairment loss is included in the operating expenses.

B. PROPERTY HELD FOR SALE – LONG TERM

As part of a redevelopment project in Vancouver, the Corporation made available for sale the unused portion of its Vancouver land. The sale is expected in 2007–2008. The expected gain on disposal is approximately \$33.5 million.

8. LONG-TERM RECEIVABLES

A. NOTES RECEIVABLE

The Corporation has two long-term notes receivable following the sale of lands. These notes bear a fixed interest rate of 7.15 per cent annually. The interest revenues generated from these notes receivable represent \$4.3 million in 2007 (2006 – \$4.3 million).

Future minimum payments receivable under the term of the notes are as follows:

	(THOUSANDS OF DOLLARS)
2008	5,567
2009	5,567
2010	5,567
2011	5,567
2012	5,567
2013 to 2027	84,440
TOTAL FUTURE MINIMUM PAYMENTS RECEIVABLE	112,275
Deduct: Imputed interest	(52,068)
NOTES RECEIVABLE	60,207
Less: Current portion (included in accounts receivable)	(1,746)
NOTES RECEIVABLE LONG-TERM	58,461

B. SALARY ADVANCES – CHANGE IN PAYROLL AND OTHER

The implementation of a new payroll system in fiscal year 1998–1999 required a change in the payroll schedule of the Corporation. To adjust to this schedule without compromising the bi-weekly payments to employees, the Corporation issued a salary advance to be recovered upon termination of employment. This salary advance represents \$11.3 million in 2007 (2006 – \$12.2 million). The Corporation has other long-term receivables of \$0.6 million.

9. LONG-TERM INVESTMENTS

	2007			2006		
	Significant influence	Other	Total	Significant influence	Other	Total
(THOUSANDS OF DOLLARS)						
ARTV – participation at 37%	3,661	–	3,661	3,753	–	3,753
The Documentary Channel – participation at 29% ¹	–	–	–	–	–	–
Portfolio investments	–	17	17	–	17	17
	3,661	17	3,678	3,753	17	3,770
Sirius Canada Inc.	(13,417) ²⁻³	12,000 ⁴	(1,417)	(6,846)	7,000	154
TOTAL	(9,756)	12,017	2,261	(3,093)	7,017	3,924

- 1 The Corporation has not recorded a portion of The Documentary Channel's losses since the Corporation does not assume any financial risk relating to The Documentary Channel.
- 2 The Corporation has invested \$25.05 in class A shares, which represents a 25.05 per cent participation. Those shares are entitled to receive dividends in equal amounts per share.
- 3 The Corporation committed to invest an additional \$1.4 million in class C shares. The Corporation has not committed to assume any additional financial risk. The Corporation's proportionate share of the unrecognised loss is \$5.2 million.
- 4 The Corporation invested \$12 million in class C shares, which are entitled to a preferential cumulative dividend of eight per cent per annum on the redemption price. These shares may be redeemed at any time by Sirius Canada Inc.

10. PENSION PLANS AND EMPLOYEE-RELATED LIABILITIES

Employee-related liabilities are as follows:

	2007	2006	2007	2006
	Current		Long-term	
(THOUSANDS OF DOLLARS)				
Accrued pension benefit liability (NOTE A)	–	–	164,551	154,836
Employee future benefits other than pensions (NOTE A)	–	–	150,170	143,140
Vacation pay	58,545	56,634	–	–
Workforce reduction (NOTE B)	21,269	23,536	–	–
Salary-related liabilities	82,767	87,077	240	254
	162,581	167,247	314,961	298,230

A. CBC|RADIO-CANADA PENSION PLANS AND OTHER EMPLOYEE FUTURE BENEFITS

The Corporation maintains a contributory defined benefit pension plan, the CBC|Radio-Canada Pension Plan, covering substantially all employees of the Corporation. Retirement benefits are based on the length of pensionable service and on the average of the best five consecutive years of pensionable salary in the last ten years of employment. Employees are required to contribute a percentage of their pensionable salary to the plan, with the Corporation providing the balance of the funding, as required, based on actuarial valuations. The Corporation also maintains unfunded non-contributory defined benefit pension arrangements. All plans are subject to an actuarial valuation, which is made at least on a triennial basis (latest evaluation made in December 2006 and the next required valuation will be as of December 2009).

The Corporation also provides employee future benefits such as severance and other benefits including continuation of benefits coverage for employees on long-term disability, post-retirement life insurance and workers' compensation. The last actuarial valuations for employee termination benefits and for post-retirement life insurance benefits were made in March 2006 and December 2005 respectively.

10. PENSION PLANS AND EMPLOYEE-RELATED LIABILITIES (CONTINUED)

A. CBC/RADIO-CANADA PENSION PLANS AND OTHER EMPLOYEE FUTURE BENEFITS (CONTINUED)

The measurement date for the pension plan assets and the accrued benefit obligation is March 31.

	2007	2006
ASSUMPTIONS – ANNUAL RATES		
Expected long-term rate of return on plan assets	6.50%	6.75%
Discount rate – beginning of year	5.00%	5.00%
Discount rate – end of year	5.00%	5.00%
Long-term rate of compensation increase, excluding merit and promotion	3.25%	3.45%
Health care cost trend rate	8.5% for 5 years; 4.5% thereafter	8.5% for 5 years; 4.5% thereafter
Indexation of pensions in payment	2.5%	2.7%

	2007	2006
(THOUSANDS OF DOLLARS)		
ANNUAL AMOUNT		
Employee contributions – pension plans	44,305	36,689
Benefit payments for the year – pension plans	193,958	181,649
Benefit payments for the year – other employee future benefits	12,240	12,007

	2007		2006	
	CBC/Radio-Canada pension plans	Other employee future benefits	CBC/Radio-Canada pension plans	Other employee future benefits
(THOUSANDS OF DOLLARS)				
Fair value of plan assets, end of year	4,380,208	-	4,154,560	-
Accrued benefit obligation, end of year	(4,257,997)	(163,496)	(4,138,509)	(161,626)
SURPLUS (DEFICIT), END OF YEAR	122,211	(163,496)	16,051	(161,626)
Unamortised past service costs	63,285	(3,768)	71,978	(4,187)
Unamortised net actuarial losses (gains)	255,221	(1,049)	455,400	933
Unamortised transitional (asset) obligation	(605,268)	18,143	(698,265)	21,740
ACCRUED BENEFIT LIABILITY, END OF YEAR	(164,551)	(150,170)	(154,836)	(143,140)
ACCRUED BENEFIT LIABILITY, BEGINNING OF YEAR	(154,836)	(143,140)	(97,321)	(133,007)
EMPLOYEE FUTURE BENEFITS COSTS				
Current service cost	(78,800)	(7,337)	(82,185)	(8,314)
Interest on accrued benefit obligation	(205,154)	(8,145)	(210,972)	(8,450)
Expected return on actuarial value of assets	241,071	-	236,162	-
Amortisation of past service costs	(9,597)	419	(9,597)	419
Amortisation of transitional asset (obligation)	92,996	(3,597)	92,996	(3,607)
Amortisation of actuarial losses	(106,281)	(610)	(134,473)	(2,188)
EMPLOYEE FUTURE BENEFITS COSTS FOR THE YEAR	(65,765)	(19,270)	(108,069)	(22,140)
Corporation pension plan contributions	54,798	-	49,638	-
Benefit payments for unfunded plans	1,252	12,240	916	12,007
TOTAL CASH PAYMENTS	56,050	12,240	50,554	12,007
ACCRUED BENEFIT LIABILITY, END OF YEAR	(164,551)	(150,170)	(154,836)	(143,140)

10. PENSION PLANS AND EMPLOYEE-RELATED LIABILITIES
(CONTINUED)

A. CBC | RADIO-CANADA PENSION PLANS
AND OTHER EMPLOYEE FUTURE BENEFITS (CONTINUED)

As at March 31, 2007, the accrued benefit obligation for the CBC | Radio-Canada Pension Plan and for the unfunded benefit pension arrangements represented respectively \$4,204.1 million (2006 – \$4,089.1 million) and \$53.9 million (2006 – \$49.4 million).

ASSET CATEGORY	Percentage of plan assets (based on fair values)	
	2007	2006
Fixed income	52%	51%
Canadian equities	13%	15%
Global equities	23%	21%
Strategic ¹	12%	13%
	100%	100%

1 Strategic investments include real estate, private placements, hedge funds, and mortgage funds.

B. WORKFORCE REDUCTION

In 2005–2006, the Corporation announced the termination of its Design Operations in the Toronto Production Centre. Some departures relating to this announcement have been postponed to 2007–2008. The workforce reduction liability also includes various departures announced throughout the Corporation.

11. VARIABLE INTEREST ENTITIES

Under the Canadian Institute of Chartered Accountants' Accounting Guideline 15 (AcG-15), Variable Interest Entities (VIE) are defined as entities that do not have sufficient equity at risk to finance their activities without additional subordinated financial support, or where the equity holders lack the overall characteristics of a controlling financial interest. The guideline requires that a VIE be consolidated with the financial results of the entity deemed to be the primary beneficiary of the majority of the VIEs' expected losses and its expected residual returns, or both.

The Corporation is deemed to be the primary beneficiary of the Broadcast Centre Trust (the Trust). The Trust is a charitable trust that is a lessee under a long-term lease with the Corporation for the land on which the Canadian Broadcasting Centre (the building) is located in Toronto. The rent during the term is the sum of one dollar, paid on October 1, 1988. The Trust is also a lessor under a long-term sublease with the Corporation for the Canadian Broadcasting Centre. In order to finance the construction of the building, the Trust issued \$400 million of bonds on January 30, 1997. The rent payable by the Corporation to the Trust covers all interest and principal on the bonds, all other payments on the bonds and all operating expenses and liabilities of the Trust.

The Corporation holds a variable interest in Sirius Canada Inc., also a VIE, but the Corporation is not deemed to be the primary beneficiary. The Corporation's maximum exposure to losses includes its investment of \$12 million plus a commitment to invest an additional \$1.4 million; and an amount of \$2.1 million of licensing revenues, annually. This investment is accounted for using the equity method for class A shares and the cost method for class C shares (NOTE 9).

The investment the Corporation holds in The Documentary Channel also qualifies as a variable interest in a VIE, but the Corporation is not the primary beneficiary. The Corporation's maximum exposure to losses is \$744,000 in amounts receivable. This investment is accounted for using the equity method (NOTE 9).

12. BONDS PAYABLE

The Corporation, through its relationship with the Broadcast Centre Trust (NOTE 11), guarantees the bonds payable with its rent payments for the premises occupied by the Corporation in Toronto. The Trust issued \$400 million in secured bonds on January 30, 1997. These bonds bear a fixed interest rate of 7.53 per cent annually and require blended semi-annual payments of \$16,519,398, which will retire the following principal amounts:

	(THOUSANDS OF DOLLARS)
2008 (including accrued interest of \$10.7 million)	18,138
2009	7,964
2010	8,575
2011	9,233
2012	9,941
2013 to 2027	299,238
	353,089
Less: Current portion	(18,138)
	334,951

The fair value of the bonds (NOTE 22) approximates \$449 million (2006 – \$459 million). Interest expense included in current year's expense is \$26.0 million (2006 – \$26.6 million).

13. DEFERRED CAPITAL FUNDING

	2007	2006
	(THOUSANDS OF DOLLARS)	
BALANCE, BEGINNING OF YEAR	599,541	629,987
Government funding for capital expenditures (NOTE 18C)	135,730	87,510
Amortisation of deferred capital funding	(93,141)	(117,956)
BALANCE, END OF YEAR	642,130	599,541

14. RETAINED EARNINGS (DEFICIT)

The deficit represents liabilities incurred by the Corporation that have not yet been funded through Parliamentary appropriations or other sources of revenues. A significant component of the deficit is for employee future benefits that will be funded only at the time the related benefits are paid by the Corporation.

15. COMMITMENTS

A. PROGRAM-RELATED AND OTHER

As at March 31, 2007, commitments for sports rights amounted to \$150.7 million (2006 – \$202.6 million); procured programs, film rights and co-productions amounted to \$54.1 million (2006 – \$61.5 million) and property and equipment amounted to \$16.0 million (2006 – \$13.4 million), for total commitments of \$220.8 million (2006 – \$277.5 million). Substantially, payments under these contracts are expected to be made over the next five years.

15. COMMITMENTS (CONTINUED)

B. OPERATING LEASES

The operating leases consist mainly of property leases, network distribution leases and equipment leases. Future annual payments related to operating leases as of March 31, 2007, are as follows:

	(THOUSANDS OF DOLLARS)
2008	140,724
2009	82,219
2010	72,700
2011	68,536
2012	57,056
2013 to 2027	186,230
TOTAL FUTURE PAYMENTS	607,465

16. CONTINGENCIES

Various claims and legal proceedings have been asserted or instituted against the Corporation. Some demand large monetary damages or other relief and they could result in significant expenditures. Litigation is subject to many uncertainties and the outcome of individual matters is not always predictable. Contingent liabilities are potential liabilities, which may become actual liabilities when one or more future events occur or fail to occur. To the extent that the future event is likely to occur or fail to occur, and a reasonable estimate of the loss can be made, an estimated liability is accrued and an expense recorded.

Moreover, in a judgment handed down on June 23, 2006, the Canada Labour Code Arbitration Board upheld grievance M-1490, which sought application of the proposals adopted by the Consultative Committee on Staff Benefits (CCSB); namely, to pay out a portion of the Pension Fund surplus that existed in 2000 to employees affiliated with the Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP). The arbitrator has not yet ruled on an appropriate remedy further to this judgment. CBC | Radio-Canada is currently challenging the arbitrator’s decision in court, with a ruling expected sometime in 2007. Because we cannot predict the outcome of this litigation and gauge its impact, no provision for it is reflected in the results. However, in the event that the Arbitration Board’s ruling is upheld by higher courts, the subsequent arbitrator-imposed order could have a major impact on the Corporation’s financial position.

Other grievances seek application of CCSB-adopted proposals to pay out a portion of the Pension Fund surplus that existed on December 31, 1999. No ruling has been made to date on these grievances. We cannot predict the outcome of these litigations, nor clearly gauge their impact. Consequently, no provision has been reflected in the results and the situation will be re-examined in light of the pending decisions.

A class-action suit has also been brought by pensioners, claiming a quota-share of the Pension Fund surplus as at December 31, 2002. The case is currently before the Ontario courts and the class action has been certified. We cannot predict the outcome of this litigation, nor clearly gauge its impact. Consequently, no provision has been reflected in the results and the situation will be re-examined in light of the pending decision.

17. SPECIALTY SERVICES

The Corporation operates CBC Newsworld, the Réseau de l'information de Radio-Canada (RDI), Galaxie, and CBC Country Canada under license conditions that require the reporting of incremental costs and revenues. Subscriber revenues generated by the Specialty Services are subject to the subscriber rate regulation established by the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC).

	2007				2006			
	Revenues	Expenses	Repayments to Main Service ¹	Net	Revenues	Expenses	Repayments to Main Service ¹	Net
(THOUSANDS OF DOLLARS)								
CBC Newsworld ²	78,432	(71,760)	(2,406)	4,266	76,139	(72,982)	(3,262)	(105)
RDI ²	46,516	(44,154)	(2,067)	295	44,907	(44,000)	(1,591)	(684)
Galaxie	21,838	(7,702)	(364)	13,772	20,235	(6,717)	(64)	13,454
CBC Country Canada	3,321	(3,085)	-	236	2,984	(2,649)	-	335
	150,107	(126,701)	(4,837)	18,569	144,265	(126,348)	(4,917)	13,000

1 Capital expenditures for the acquisition of equipment to introduce, maintain and expand the Specialty Services are made by the Corporation from its capital appropriation with an approved Corporate repayment plan for recovery from the Specialty Services' revenues. Those repayments are funded from the accumulated excess revenues over expenses.

2 In 2006, CBC Newsworld and RDI used previous years' accumulated excess revenues over expenses to fund current activities.

18. PARLIAMENTARY APPROPRIATIONS

A. PARLIAMENTARY APPROPRIATIONS APPROVED AND RECEIVED

Parliamentary appropriations approved and the amounts received by the Corporation during the year are as follows:

	2007	2006
(THOUSANDS OF DOLLARS)		
OPERATING FUNDING		
Approved annual funding	948,054	946,231
Additional non-recurring funding for programming initiatives (NOTE 18D)	60,000	60,000
Transfer to capital funding – Supplementary Estimates A ¹	(33,730)	-
Frozen allotment reprofiled to future years	-	(20,000)
Frozen allotment used	-	20,000
OPERATING FUNDING RECEIVED	974,324	1,006,231
CAPITAL FUNDING		
Approved annual funding	92,000	91,510
Transfer from operating funding – Supplementary Estimates A ¹	33,730	-
Frozen allotment reprofiled to future years	-	(10,000)
Frozen allotment used	10,000	6,000
CAPITAL FUNDING RECEIVED	135,730	87,510
WORKING CAPITAL FUNDING	4,000	4,000

1 In the event that significant changes in current year requirements occur, appropriations are transferred from one vote to another or reprofiled from one fiscal year to another through Appropriation Acts approved by Parliament.

18. PARLIAMENTARY APPROPRIATIONS (CONTINUED)

B. RECONCILIATION OF NET RESULTS OF OPERATIONS
TO GOVERNMENT FUNDING BASIS

The Corporation receives a significant portion of its funding through Parliamentary appropriations, based primarily on cash flow requirements. Expenses recognised in the *Consolidated Statement of Operations and Retained Earnings (Deficit)* in one year may be funded through Parliamentary appropriations in other years. Accordingly, the Corporation's net results of operations for the year on a government funding basis differ from those on a Canadian generally accepted accounting principles basis. The differences are outlined below:

	2007	2006
	(THOUSANDS OF DOLLARS)	
NET RESULTS FOR THE YEAR	(69,229)	(44,187)
ITEMS NOT GENERATING OPERATING FUNDS		
Amortisation of deferred capital funding	(93,141)	(117,956)
Loss (gain) on disposal of property and equipment	(21)	434
Other	4,468	177
	(88,694)	(117,345)
ITEMS NOT REQUIRING OPERATING FUNDS		
Amortisation of property and equipment	99,395	123,841
CBC Radio-Canada pension plans and other employee future benefits	16,745	67,648
Loss from investments in companies subject to significant influence	6,663	7,109
Program inventory costs	4,547	(8,301)
Vacation pay	2,602	(253)
Other	(4,279)	(567)
	125,673	189,477
RESULTS OF OPERATIONS ON A GOVERNMENT FUNDING BASIS	(32,250)	27,945
Less: Interest generated from the disposal of joint business ventures	-	(890)
Add: Use of proceeds, generated in a previous fiscal year, from the sale of joint business venture	18,832	546
	(13,418)	27,601
NET RESULTS OF OPERATIONS ON A GOVERNMENT FUNDING BASIS	(13,418)	27,601
GOVERNMENT FUNDING SURPLUS, BEGINNING OF YEAR	59,634	32,033
GOVERNMENT FUNDING SURPLUS, END OF YEAR	46,216	59,634

18. PARLIAMENTARY APPROPRIATIONS (CONTINUED)

C. NET RESULTS FOR CAPITAL FUNDING

The purchase of property and equipment is financed by Parliamentary appropriations and proceeds from the disposal of property and equipment. Additions and proceeds, relating to property and equipment, recorded in the current year under Canadian generally accepted accounting principles may be funded/recognised on a government funding basis in different years. The differences are outlined below:

	2007	2006
	(THOUSANDS OF DOLLARS)	
Capital funding received (NOTE 18A)	135,730	87,510
Capital recovery from notes receivable	1,300	1,575
Capital recovery from net investment in sales-type leases	1,378	1,285
Proceeds from the disposal of property and equipment and other	2,596	1,848
TOTAL CAPITAL FUNDING FOR THE YEAR	141,004	92,218
Acquisition of property and equipment	(138,720)	(116,067)
Capital portion of bond payments	(6,870)	(6,378)
CAPITAL DEFICIT BEFORE ADJUSTMENTS FOR		
CONSIDERATIONS AFFECTING CAPITAL FUNDS	(4,586)	(30,227)
Add: Considerations affecting capital funds	-	196
CAPITAL FUNDING DEFICIT FOR THE YEAR	(4,586)	(30,031)
CAPITAL FUNDING (DEFICIT) SURPLUS, BEGINNING OF YEAR		
GOVERNMENT FUNDING BASIS	(19,844)	10,187
CAPITAL FUNDING DEFICIT, END OF YEAR, GOVERNMENT FUNDING BASIS¹⁻²	(24,430)	(19,844)

¹ The 2006–2007 capital budget included a consideration of \$34 million from the disposal of a lot in Vancouver. The sale did not materialise as planned, thus creating a government-funding-basis capital deficit at year-end. We expect the sale to go through during fiscal 2007–2008, which will reabsorb the cumulative government-funding-basis capital deficit.

² Transfers between operating and capital are accomplished through Supplementary Estimates B in the fiscal year to which they relate. Due to the fact that Parliament was dissolved on November 29, 2005, for a general election, planned transfers in the amount of \$31.1 million in fiscal year 2005–2006 did not take place.

D. ADDITIONAL NON-RECURRING FUNDING FOR PROGRAMMING INITIATIVES

An additional non-recurring funding of \$60 million was again approved in April 2006 for 2006–2007 (2005–2006 – \$60.0 million). These funds are being used across all media for the enhancement of programming initiatives in particular.

19. INCOME AND LARGE CORPORATIONS TAXES

The Corporation is a prescribed Federal Crown Corporation under Part LXXI of the Income Tax Regulations and is subject to the provisions of the *Income Tax Act* (Canada). The Corporation's activities are not subject to provincial taxes. The recovery of (provision for) income and large corporations taxes is comprised of:

	2007	2006
	(THOUSANDS OF DOLLARS)	
Current income tax recovery (provision)	26	(272)
Future income tax	-	-
	26	(272)

The recovery of (provision for) income and large corporations taxes differs from the amount that would be computed by applying the federal statutory income tax rate of 32.52 per cent to net results before taxes. The reasons for the differences are as follows:

	2007	2006
	(THOUSANDS OF DOLLARS)	
Income tax recovery at federal statutory rate	22,522	14,281
Increase (decrease) resulting from:		
Non-deductible portion of capital losses	(1,151)	(1,025)
Other net amounts	(6,885)	(423)
Adjustment for enacted changes in income tax rates	(8,715)	-
Change in valuation allowance	(5,771)	(12,833)
Large corporations tax recovery (provision)	26	(272)
	26	(272)

The tax effects of temporary differences that give rise to significant portions of the future tax assets and future liabilities as at March 31, 2007 and 2006 are presented below:

	2007	2006
	(THOUSANDS OF DOLLARS)	
Future tax assets		
Accrued liabilities	6,937	6,010
Pension plan asset	47,720	50,353
Employee-related liabilities	43,619	46,632
Loss carry-forward	10,227	6,995
Long-term investments	2,005	1,163
	110,508	111,153
Less: Valuation allowance	(71,976)	(66,205)
	38,532	44,948
Future tax liabilities		
Program inventory	686	1,499
Net investment in sales-type leases	16,185	18,513
Property and equipment	19,845	21,248
Notes receivable	1,816	3,688
	38,532	44,948
Net future tax assets (liabilities)	-	-

As at March 31, 2007, the Corporation has a loss carry-forward for tax purposes of \$35.2 million (2006 – \$21.5 million), which expires as follows: 2015 – \$5.4 million, 2027 – \$29.8 million.

20. NET CHANGE IN NON-CASH WORKING CAPITAL BALANCES

	2007	2006
	(THOUSANDS OF DOLLARS)	
CASH FLOWS PROVIDED BY (USED FOR):		
Short-term investments	63,660	(10,864)
Accounts receivable ¹	42,204	(53,005)
Inventory ²	7,312	(19,302)
Prepaid expenses	(11,192)	(495)
Net investment in sales-type leases ³	8	7
Property held for sale	(765)	-
Accounts payable and accrued liabilities	515	31,463
Deferred revenues	5,440	(1,855)
Employee-related liabilities ⁴	(7,268)	(7,312)
Bonds payable ⁵	(155)	(186)
	99,759	(61,549)

1 Excluding \$(0.1) million (2006 – \$0.3 million) of notes receivable from the sale of lands.

2 Including \$(2.1) million (2006 – \$1.3 million) of amortisation of property and equipment.

3 Excluding capital recovery of \$0.1 million (2006 – \$0.09 million).

4 Excluding items not involving cash of \$2.6 million (2006 – \$(0.4) million).

5 Excluding repayment of bonds payable of \$0.5 million (2006 – \$0.5 million).

21. RELATED PARTY TRANSACTIONS

The Corporation is related in terms of common ownership to other Government departments, agencies and Crown corporations and to private companies over which the Corporation has significant influence (NOTE 9). The Corporation enters into transactions with these related parties in the normal course of business, on normal trade terms applicable to all individuals and enterprises and measured at the exchange amount, which is the amount of consideration established and agreed to by the related parties.

The Corporation recorded the following amounts in the consolidated financial statements for transactions with related parties:

	Government	Private companies
	(THOUSANDS OF DOLLARS)	
Revenues	3,411	5,538
Accounts receivable	77	2,928
Expenses	4,548	132
Accounts payable	109	1

During the year, the Corporation also received funding from the Government of Canada as described in Note 18.

22. FINANCIAL INSTRUMENTS

The carrying amounts for cash and cash equivalent, the bank overdraft, short-term investments, accounts receivable, current portion of net investment in sales-type leases, accounts payable and accrued liabilities, and accrued bonds payable interest, approximate fair value due to the short-term nature of these instruments. The fair values of the long-term portion of net investment in sales-type leases and long-term portion of notes receivable, and the bonds payable are listed below.

Instrument	Fair values		Method
	2007	2006	
	(MILLIONS OF DOLLARS)		
Long-term portion of net investment in sales-type leases	69.5	70.3	Valuation technique using a discount rate based on long-term Government bonds.
Long-term portion of notes receivable	63.4	64.1	Valuation technique using a discount rate based on long-term Government bonds.
Bonds payable	449.1	459.0	Quoted market prices for Government of Canada bonds maturing at approximately May 1, 2027, and adjusted by a spread based on the credit rating for the bonds.

The Corporation uses derivative financial instruments such as forward contracts to manage the risk of loss due to adverse movements in foreign exchange. Foreign exchange forward contracts with a notional principal amount of \$42.6 million (2006 – \$55.9 million) were outstanding at the end of the year. The fair value, based upon market quotations, represents \$46.4 million (2006 – \$60.2 million) at March 31, 2007. The remaining term to maturity of these contracts is under one year.

23. COMPARATIVE FIGURES

Some of the 2006 figures have been reclassified to conform to the current year’s presentation.

BC1-2007
978-0-662-69940-8

Publication and
distribution:

Corporate Communications
CBC | Radio-Canada
181 Queen Street
PO Box 3220, Station C
Ottawa, Ontario
K1Y 1E4
613-288-6000
liaison@CBC.ca
CBC.Radio-Canada.ca

Design: Utopia
Communications



22. INSTRUMENTS FINANCIERS

Les valeurs comptables de la trésorerie et équivalents de trésorerie, du découvert de banque, des placements à court terme, des créances, de la tranche à court terme de l'investissement net dans des contrats de location-vente, des créditeurs et charges à payer, ainsi que de l'intérêt couru sur la dette obligataire, avoisinent les justes valeurs de ces instruments, ceux-ci étant à court terme. Les justes valeurs de la tranche à long terme de l'investissement net dans des contrats de location-vente et de la portion à long terme des effets à recevoir, ainsi que de la dette obligataire sont indiquées ci-dessous.

Instrument	2007 2006		Méthode
	(MILLIONS DE DOLLARS)		
Tranche à long terme de l'investissement net dans des contrats de location-vente	69,5	70,3	Évaluation en fonction d'un taux d'actualisation reposant sur les obligations à long terme du gouvernement.
Tranche à long terme des effets à recevoir	63,4	64,1	Évaluation en fonction d'un taux d'actualisation reposant sur les obligations à long terme du gouvernement.
Dette obligataire	449,1	459,0	Cours du marché pour des obligations du gouvernement canadien venant à échéance aux alentours du 1 ^{er} mai 2027 et ajusté en fonction d'un écart fondé sur la cote de crédit pour les obligations.

Cours du marché pour des obligations du gouvernement canadien venant à échéance aux alentours du 1^{er} mai 2027 et ajusté en fonction d'un écart fondé sur la cote de crédit pour les obligations.

23. CHIFFRES CORRESPONDANTS

La Société se sert d'instruments financiers dérivés tels que des contrats à terme pour réduire le risque de pertes découlant de fluctuations défavorables du change. À la fin de l'exercice, la Société détenait des contrats de change à terme en cours d'une valeur de 42,6 millions de dollars (55,9 millions en 2006). Leur juste valeur, établie au moyen des cours de marchés, s'établissait à 46,4 millions de dollars (60,2 millions en 2006) au 31 mars 2007. Ces contrats viendront à échéance dans moins d'un an.

Certains chiffres correspondants de l'exercice 2006 ont été reclassés de façon à être conformes à la présentation du présent exercice.

BSC Page 7
Généraliste
Publication et
Distribution
Institutions
CBC i Radio-Canada
181, rue Queen
CP 3220 Succ C
Ottawa (Ontario)
K1Y 1E4
613-288-6000
liaison@Radio-Canada.ca
CBC i Radio-Canada
Design Utopia

20. VARIATION NETTE DES SOLDES DES ÉLÉMENTS
HORS TRÉSORERIE DU FONDS DE ROULEMENT

2007 2006

(MILLIERS DE DOLLARS)

PROVENANCE (UTILISATION) DES FLUX DE TRÉSORERIE

Placements à court terme	63 660	(10 864)
Créances ¹	42 204	(53 005)
Stocks ²	7 312	(19 302)
Frais payés d'avance	(11 192)	(495)
Investissement net dans des contrats de location-vente ³	8	7
Actifs destinés à la vente	(765)	-
Créditeurs et charges à payer	515	31 463
Revenus reportés	5 440	(1 855)
Passifs liés au personnel ⁴	(7 268)	(7 312)
Dettes obligataires ⁵	(155)	(186)
	99 759	(61 549)

1 Excluant des effets à recevoir sur le produit de la vente des terrains, totalisant (0,1) million de dollars (0,3 million en 2006).

2 Incluant l'amortissement des immobilisations corporelles en 2007, totalisant (2,1) millions de dollars (1,3 million en 2006).

3 Excluant le recouvrement du capital, totalisant 0,1 million de dollars (0,09 million en 2006).

4 Excluant des éléments hors trésorerie totalisant 2,6 millions de dollars ((0,4) million en 2006).

5 Excluant le remboursement de la dette obligataire, totalisant 0,5 million de dollars (0,5 million en 2006).

21. OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS

La Société est apparentée, en propriété commune, aux ministères, organismes et sociétés d'État du gouvernement canadien et à des entreprises privées sous influence notable (NOTE 9). Dans le cadre de l'exploitation courante, elle conclut des opérations avec ces entités conformément à l'usage commercial habituel à tous les particuliers et à toutes les entreprises. Ces opérations sont évaluées à la valeur d'échange, laquelle est établie et acceptée par toutes les parties.

La Société a comptabilisé les montants ci-dessous pour les opérations entre apparentés, dans ses états financiers consolidés :

Revenus	3 411	5 538
Créances	77	2 928
Dépenses	4 548	132
Créditeurs	109	1
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
Gouvernement		Entreprises privées

Au cours de l'exercice, la Société a aussi reçu des crédits parlementaires tel qu'il est décrit à la note 18.

19. IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES ET IMPÔT DES GRANDES SOCIÉTÉS

En tant que société d'État visée par la partie LXXI du Règlement de l'impôt sur le revenu, la Société est assujettie aux dispositions de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (Canada), mais pas aux impôts provinciaux sur les bénéfices pour ses propres activités. Le recouvrement (ou la provision) d'impôt sur les bénéfices et d'impôt des grandes sociétés comprend :

Recouvrement (provision) d'impôt exigible	26	2007
Impôts futurs	-	2006
	(272)	(MILLIERS DE DOLLARS)

Le recouvrement (ou la provision) d'impôt sur les bénéfices et d'impôt des grandes sociétés diffère du montant qui serait obtenu si on appliquait aux résultats nets le taux d'imposition des sociétés prévu par la loi fédérale, qui est de 32,52 pour cent aux résultats nets avant impôt. Cet écart s'explique ainsi :

Recouvrement d'impôt au taux d'imposition des sociétés prévu par la loi fédérale	22 522	2007
Augmentation (diminution) en raison des éléments suivants :	14 281	2006
Partie non déductible des pertes en capital	(1 151)	(MILLIERS DE DOLLARS)
Autres montants nets	(6 885)	2007
Ajustement résultant des changements de taux d'imposition instaurés	(8 715)	2006
Variation de la provision pour moins-value	(5 771)	2007
Recouvrement (provision) d'impôt des grandes sociétés	26	2006
	(272)	(MILLIERS DE DOLLARS)

L'incidence fiscale de l'écart temporaire susceptible de toucher une grande proportion des éléments d'actif et de passif d'impôts futurs au 31 mars 2007 et 2006 est présentée ci-après :

Acquis d'impôts futurs	6 937	2007
Charges à payer	50 353	2006
Acquis des régimes de retraite	47 720	(MILLIERS DE DOLLARS)
Passifs liés au personnel	43 619	2007
Rapport de pertes prospectif	10 227	2006
Placements à long terme	2 005	2007
Moins : Provision pour moins-value	110 508	2006
	(71 976)	2007
	38 532	(MILLIERS DE DOLLARS)
Losses d'impôts futurs	686	2007
Stocks d'émissions	16 185	2006
Investissement net dans des contrats de location-vente	19 845	2007
Immobilisations corporelles	21 248	2006
Effets à recevoir	1 816	2007
Acquis (passifs) d'impôts futurs nets	44 948	2006

Au 31 mars 2007, la Société avait, à des fins fiscales, un report de pertes prospectif de 35,2 millions de dollars (21,5 millions en 2006) qui venaient à échéance comme suit : 5,4 millions en 2015, 29,8 millions en 2027.

18. CRÉDITS PARLEMENTAIRES (SUITE)

C. RÉSULTATS NETS POUR LE FINANCEMENT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES

L'acquisition d'immobilisations corporelles est financée par des crédits parlementaires et par la contrepartie de la vente ou de l'aliénation de telles immobilisations. Certains éléments considérés comme des ajouts aux immobilisations corporelles et des contreparties des immobilisations corporelles d'un exercice selon les principes comptables généralement reconnus du Canada peuvent être financés ou comparabilisés en fonction du financement public au cours d'exercices différents. Ces écarts sont décrits ci-dessous :

	2007	2006
(MILLIERS DE DOLLARS)		
Fonds d'immobilisations corporelles reçus (NOTE 18A)	135 730	87 510
Recouvrement du capital des créances à long terme	1 300	1 575
Recouvrement du capital provenant de		
l'investissement net dans des contrats de location-vente	1 378	1 285
Contreparties de l'aliénation des immobilisations corporelles et autres	2 596	1 848
TOTAL DU FINANCEMENT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES POUR L'EXERCICE	141 004	92 218
Acquisition d'immobilisations corporelles	(138 720)	(116 067)
Portion du capital des paiements de la dette obligatoire	(6 870)	(6 378)
DÉFICIT DU FINANCEMENT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES (AVANT LES CONTREPARTIES AFFECTANT LE FONDS DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES)	(4 586)	(30 227)
Plus : Contreparties affectant le fonds des immobilisations corporelles	-	196
DÉFICIT DU FINANCEMENT DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES POUR L'EXERCICE	(4 586)	(30 031)
(DÉFICIT) EXCÉDENT DU FINANCEMENT PUBLIC DES		
IMMOBILISATIONS CORPORELLES, DEBUT DE L'EXERCICE	(19 844)	10 187
DÉFICIT DU FINANCEMENT PUBLIC DES IMMOBILISATIONS CORPORELLES, FIN DE L'EXERCICE ¹⁻²	(24 430)	(19 844)

- 1 Le budget des immobilisations corporelles de 2006-2007 comprenait une contrepartie de 34 millions de dollars de dollars décaissant de la vente d'une parcelle de terrain à Vancouver. La vente ne s'est pas concrétisée comme prévu, ce qui a donné lieu à un déficit du financement public des immobilisations corporelles à la fin de l'exercice. La vente devrait se conclure au cours de l'exercice 2007-2008, ce qui aura pour effet de résorber le déficit cumulé à ce poste.
- 2 Les virements entre le financement de l'exploitation et le financement des immobilisations corporelles sont autorisés dans le Budget supplémentaire des dépenses B de l'exercice auquel ils se rapportent. Compte tenu de la dissolution du Parlement le 29 novembre 2005 à l'occasion du déclenchement d'élections générales, il a été impossible d'effectuer des virements totalisant 31,1 millions de dollars au cours de l'exercice 2005-2006.

D. FINANCEMENT PONCTUEL ADDITIONNEL POUR RENFORCER LA PROGRAMMATION

En avril 2006, le gouvernement du Canada a de nouveau approuvé un financement ponctuel additionnel de 60 millions de dollars pour la Société pour 2006-2007 (une enveloppe de 60 millions de dollars avait été approuvée en 2005-2006). Les diverses composantes médiées de la Société utilisent ces fonds en particulier pour renforcer la programmation.

18 CRÉDITS PARLEMENTAIRES (SUITE)

B. RAPPROCHEMENT DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION
NETS EN FONCTION DU FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL

La Société reçoit une partie importante de son financement sous forme de crédits parlementaires, lesquels sont fondés essentiellement sur ses besoins de trésorerie. Des dépenses comptabilisées dans l'état consolidé des résultats et des bénéfices non répartis (déficit) d'un exercice donné peuvent être financées au moyen de crédits parlementaires au cours d'exercices différents. C'est pourquoi les résultats d'exploitation nets de la Société pour l'exercice en fonction du financement public diffèrent de ceux établis conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Les écarts sont décrits ci-dessous :

2007	2006
(MILLIERS DE DOLLARS)	
RÉSULTATS NETS DE L'EXERCICE	(69 229)
RÉSULTATS NETS DE L'EXERCICE	(44 187)
FÉVÈMENTS NE CONTRIBUANT PAS AU FONDS D'EXPLOITATION	
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté	(93 141)
Perte (gain) sur l'aliénation des immobilisations corporelles	(21)
Autres	4 468
	(117 956)
FÉVÈMENTS NE NECESSITANT PAS D'APPORT DU FONDS D'EXPLOITATION	
Amortissement des immobilisations corporelles	99 395
Régimes de retraite de (B.C.) Radio-Canada et autres avantages sociaux futurs	16 745
Perte sur les placements dans des entités sous influence notable	6 663
Coûts des stocks d'émissions	4 547
Indemnités de vacances	2 602
Autres	(4 279)
	(567)
RÉSULTATS D'EXPLOITATION NETS EN FONCTION DU FINANCEMENT PUBLIC	125 673
RÉSULTATS D'EXPLOITATION NETS EN FONCTION DU FINANCEMENT PUBLIC	189 477
Moins : Intérêts provenant du produit de l'aliénation de coentreprises	(32 250)
Plus : Afféctation du produit de la vente d'une coentreprise obtenu au cours d'un exercice antérieur	27 945
	(890)
EXCÉDENT DU FINANCEMENT PUBLIC, FIN DE L'EXERCICE	546
EXCÉDENT DU FINANCEMENT PUBLIC, DÉBUT DE L'EXERCICE	59 634
EXCÉDENT DU FINANCEMENT PUBLIC, FIN DE L'EXERCICE	32 033
	59 634

17. SERVICES SPÉCIALISÉS

La Société exploite CBC Newsworld, le Réseau de l'information de Radio-Canada (RDI), Galaxie et CBC Country Canada en vertu de conditions de licence qui exigent que la Société rende compte des dépenses différencielles de ces entreprises. Les revenus d'abonnement provenant des services spécialisés sont assujettis aux tarifs d'abonnement établis par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC).

	2007				2006			
	Revenus	Dépenses	principal ¹	Net	Revenus	Dépenses	principal ¹	Net
(MILLIERS DE DOLLARS)								
CBC Newsworld ²	78 432	(71 760)	(2 406)	4 266	76 139	(72 982)	(3 262)	(105)
RDI ²	46 516	(44 154)	(2 067)	295	44 907	(44 000)	(1 591)	(684)
Galaxie	21 838	(7 702)	(364)	13 772	20 235	(6 717)	(64)	13 454
CBC Country Canada	3 321	(3 085)	-	236	2 984	(2 649)	-	335
	150 107	(126 701)	(4 837)	18 569	144 265	(126 348)	(4 917)	13 000

1 La Société finance ses dépenses en immobilisations corporelles pour l'achat de matériel servant au lancement, à l'exploitation ou à l'expansion des services spécialisés au moyen de ses crédits parlementaires d'immobilisations corporelles, et un plan a été approuvé par la direction pour le remboursement de ces dépenses au moyen des revenus des services spécialisés. Ces remboursements sont effectués par des prélèvements sur les excédents des revenus sur les dépenses cumulés.

2 CBC Newsworld et le RDI ont utilisé les excédents des revenus sur les dépenses cumulés des exercices antérieurs pour financer les activités de l'exercice 2006.

18. CRÉDITS PARLEMENTAIRES

A. CRÉDITS PARLEMENTAIRES APPROUVÉS ET RECUS

Voici une ventilation des crédits parlementaires approuvés et des sommes reçues par la Société pendant l'exercice :

FONDS D'EXPLOITATION			
Financement annuel approuvé	948 054	946 231	
la programmation (NOTE 18D)	60 000	60 000	
Virement au fonds d'immobilisations corporelles – Budget supplémentaire des dépenses A ¹	(33 730)	-	
Somme gelée reportée aux exercices futurs	-	(20 000)	
Somme gelée utilisée	-	20 000	
FONDS D'EXPLOITATION REÇUS			
	974 324	1 006 231	
FONDS D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES			
Financement annuel approuvé	92 000	91 510	
Virement du fonds d'exploitation – Budget supplémentaire des dépenses A ¹	33 730	-	
Somme gelée reportée aux exercices futurs	-	(10 000)	
Somme gelée utilisée	10 000	6 000	
	135 730	87 510	
FONDS DE ROULEMENT			
	4 000	4 000	

1 Lorsque des changements importants se produisent dans les besoins de l'exercice courant, des sommes sont virees d'un crédit à l'autre ou reportées d'un exercice à un autre en vertu de lois de crédits approuvées par le Parlement.

15. ENGAGEMENTS

A. ENGAGEMENTS LIÉS AUX ÉMISSIONS ET AUTRES

Au 31 mars 2017, le total des engagements s'établissait à 220,8 millions de dollars (277,5 millions en 2006), ce qui comprenait 150,7 millions (202,6 millions en 2006) pour les droits sur des émissions sportives, 54,1 millions (61,5 millions en 2006) pour les achats d'émissions, les droits sur films et les coproductions, et 16,0 millions (13,4 millions en 2006) pour des immobilisations corporelles. Les paiements au titre de ces contrats doivent être versés en majeure partie au cours des cinq prochains exercices.

B. CONTRATS DE LOCATION-EXPLOITATION

Les contrats de location-exploitation comprennent principalement des locations immobilières, des locations pour la distribution réseau et des locations de matériel. Les paiements futurs à verser annuellement au titre des contrats de location-exploitation s'établissent au 31 mars 2017 comme suit:

	TOTAL DES PAIEMENTS FUTURS À VERSER
2008	1 40 724
2009	82 219
2010	72 700
2011	68 536
2012	57 056
2013 à 2027	186 230
	607 465

(MILLIERS DE DOLLARS)

16. ÉVENTUALITÉS

Diverses réclamations ont été formulées ou des poursuites ont été intentées contre la Société et, dans certains cas, leurs auteurs demandent des dédommagements pécuniaires importants ou d'autres redressements qui pourraient entraîner des dépenses importantes. Bien des incertitudes entourent les litiges, et le résultat de chaque affaire est imprévisible. Les éléments de passif éventuel sont des obligations potentielles qui peuvent devenir réelles lorsqu'un ou plusieurs événements futurs se réalisent ou ne se réalisent pas. Selon la probabilité de survenance et de non-survenance de l'événement futur et une estimation raisonnable de la perte qui peut être calculée, une charge à payer estimative est établie et une dépense est inscrite.

Le plus, dans une décision rendue le 23 juin 2016, le Conseil d'arbitrage du Code canadien du travail a accueilli le grief n° M-1490, portant sur l'application des résolutions adoptées par le Comité consultatif des avantages sociaux (CCAS) prévoyant le versement d'une partie de l'excédent de la Caisse de retraite constatée en 2001 aux employés affiliés au Syndicat canadien de la fonction publique (SCFP). L'arbitre n'a pas encore rendu sa décision quant au redressement découlant de ce jugement. CBC/Radio-Canada a déposé une requête en révision judiciaire de la sentence arbitrale; la décision de la cour est attendue en 2017. Comme il nous est impossible de prévoir l'issue de ce différend et ses conséquences, aucune provision n'a été constituée. Toutefois, si jamais les tribunaux d'instances supérieures devaient confirmer la décision du Conseil d'arbitrage, le redressement imposé par l'arbitre pourrait avoir de lourdes répercussions sur la situation financière de la Société.

D'autres griefs en vue de l'application des résolutions adoptées par le CCAS au sujet de l'utilisation de l'excédent de la Caisse de retraite constaté au 31 décembre 1999 sont en instance. Aucune décision n'a par ailleurs été rendue dans ces litiges. La Société ne peut prévoir le dénouement de ces affaires, ni en évaluer raisonnablement l'incidence. Par conséquent, aucune provision n'a été comptabilisée, et la situation sera réévaluée à la lumière des décisions en instance.

Un recours collectif a également été déposé par des pensionnés, qui exigent une quote-part de l'excédent de la Caisse de retraite au 31 décembre 2012. La cause est en instance devant les tribunaux ontariens et le recours a été autorisé. Il est impossible de prévoir le dénouement de cette affaire ni d'en évaluer raisonnablement l'incidence. Par conséquent, aucune provision n'a été comptabilisée, et la situation sera réévaluée à la lumière des décisions en instance.

12. DETTE OBLIGATAIRE

À la faveur de sa relation avec le Broadcast Centre Trust (NOTE 11), la Société offre en garantie de la dette obligataire les loyers qu'elle verse pour les locaux occupés par son personnel à Toronto. Le Broadcast Centre Trust a émis des obligations garanties à hauteur de 400 millions de dollars le 30 janvier 1997. Ces obligations portent intérêt au taux fixe de 7,53 pour cent par année; elles exigent des paiements semestriels du capital et des intérêts de 16 519 398 dollars, grâce auxquels les montants suivants de capital sont remboursés :

2008 (incluant des intérêts courus de 10,7 millions de dollars)	18 138
2009	7 964
2010	8 575
2011	9 233
2012	9 941
2013 à 2027	299 238
	353 089
Moins : La tranche de la dette échéant à moins d'un an	(18 138)
	334 951

La juste valeur des obligations (NOTE 22) s'établit approximativement à 449 millions de dollars (459 millions en 2006). Les intérêts débiteurs inclus dans les charges de l'exercice sont de 26,0 millions de dollars (26,6 millions en 2006).

13. FONDS D'IMMOBILISATIONS CORPORELLES REPORTE

	2007	2006
(MILLIERS DE DOLLARS)		
SOLDE, DÉBUT DE L'EXERCICE	599 541	629 987
Crédit parlementaire pour dépenses en immobilisations corporelles (NOTE 18C)	135 730	87 510
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté	(93 141)	(117 956)
	642 130	599 541
SOLDE, FIN DE L'EXERCICE		

14. BÉNÉFICES NON RÉPARTIS (DÉFICIT)

Le déficit est constitué du passif contracté par la Société qui n'a pas encore été financé par les crédits parlementaires ou par des revenus d'autre provenance. Une large partie du déficit est constituée des avantages sociaux futurs qui ne seront financés que lorsque la Société versera les prestations correspondantes.

10. RÉGIMES DE RETRAITE ET PASSIFS LIÉS AU PERSONNEL (SUITE)

A. RÉGIMES DE RETRAITE DE CBC/RADIO-CANADA ET AUTRES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS (SUITE)

Pourcentage des actifs du Régime de retraite (arrondi sur les justes valeurs)		CATÉGORIE D'ACTIF
2007	2006	
100 %	100 %	Titres à revenu fixe
52 %	51 %	Actions canadiennes
23 %	21 %	Actions internationales
12 %	13 %	Placements stratégiques ¹

¹ Les placements stratégiques comprennent les biens immobiliers, les placements privés, les fonds de couverture et les fonds de

B. RÉDUCTION DES EFFETIFS

En 2005-2006, la Société a annoncé qu'elle mettrait un terme à ses activités de design au Centre de production de Toronto. Un certain nombre de départs d'employés consécutifs à cette annonce ont été reportés à 2007-2008. Le passif au titre des réductions des effectifs comprend en outre divers départs annoncés dans l'ensemble de la Société.

11. ENTITÉS À DÉTENTEURS DE DROITS VARIABLES

Aux termes de la note d'orientation concernant la comptabilité NOC-15, Consolidation des entités à débiteurs de droits variables, adoptée par l'Institut Canadien des Comptables Agréés, les entités à débiteurs de droits variables (EDIV) ne disposent pas de capitaux propres à risque suffisants pour leur permettre de financer leurs activités sans le soutien financier subordonné d'autres parties, ou dans lesquelles les investisseurs ne sont pas considérés comme des détenteurs de participations financières conférant le contrôle. L'entreprise considérée comme le principal bénéficiaire, qui assume la majorité des pertes prévues d'une EDIV ou qui reçoit la majorité des rendements résiduels prévus, ou les deux, doit inclure les actifs, les passifs et les résultats de l'EDIV dans ses états financiers consolidés.

La Société est considérée être le principal bénéficiaire du Broadcast Centre Trust (le « Trust »). Le Trust, une fiducie caritative, loue, en vertu d'un bail à long terme passé avec la Société, le terrain sur lequel est érigé le Centre canadien de radiodiffusion. Le loyer exigé pour la durée du bail s'élève à un dollar, que le Trust a versé le 1^{er} octobre 1988. En outre, le Trust donne à bail le Centre canadien de radiodiffusion, en vertu d'un sous-bail à long terme passé avec la Société. Pour financer la construction de l'immeuble, le Trust a émis, le 30 janvier 1997, des obligations à hauteur de 400 millions de dollars. Le loyer que doit verser la Société au Trust comprend le capital et les intérêts sur les obligations, tous les autres paiements sur les obligations ainsi que la totalité des charges d'exploitation et du passif du Trust.

La Société détient également des droits variables dans Sirius Canada Inc., également une EDIV, mais n'est pas considérée comme le principal bénéficiaire de cette entreprise. Les pertes maximales que la Société est susceptible de subir comprennent une mise de fonds de 12 millions de dollars et un engagement à investir 1,4 million de dollars supplémentaires; ainsi que des revenus de licences annuels de 2,1 millions de dollars. Ce placement est comptabilisé selon la méthode de la valeur de consolidation pour les actions de catégorie A et selon la méthode de la valeur d'acquisition pour les actions de catégorie C (note 9). La participation que la Société détient dans The Documentary Channel peut également être considérée comme un intérêt variable dans une EDIV, mais la Société n'en est pas le premier bénéficiaire. Le risque maximal de pertes auquel la Société est exposée s'élève à 744 000 \$ en créances. Cette participation est comptabilisée au moyen de la méthode de la valeur de consolidation (note 9).

10. RÉGIMES DE RETRAITE ET PASSIFS LIÉS AU PERSONNEL (SUITE)
A. RÉGIMES DE RETRAITE DE CBC/RADIO-CANADA
ET AUTRES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS (SUITE)

					Juste valeur de l'actif des régimes,
					fin de l'exercice
					Obligation au titre des prestations/indemnités
					constituées, fin de l'exercice
					SURPLUS (DÉFICIT), FIN DE L'EXERCICE
					Coût des prestations au titre des services
					passés non amorti
					Pertes actuarielles nettes non amorties
					(gains actuariels nets non amortis)
					Passif (actif) transitoire non amorti
					PASSIF AU TITRE DES PRESTATIONS/INDEMNITÉS
					CONSTITUÉES, FIN DE L'EXERCICE

Au 31 mars 2007, l'obligation au titre des prestations constituées du Régime de retraite de CBC/Radio-Canada et des régimes de retraite sans capitalisation est respectivement de 4 204,1 millions de dollars (4 089,1 millions en 2006) et de 53,9 millions de dollars (49,4 millions en 2006).

10. RÉGIMES DE RETRAITE ET PASSIFS LIÉS AU PERSONNEL

Les passifs liés au personnel s'établissent comme suit :

	2007	2006	2007	2006
	Court terme		Long terme	
	(MILLIERS DE DOLLARS)			
(Obligation au titre des prestations constituées (NOTE A)	-	-	164 551	154 836
Avantages sociaux futurs autres que les régimes de retraite (NOTE A)	-	-	150 170	143 140
Indemnités de vacances	58 545	56 634	-	-
Réduction des effectifs (NOTE B)	21 269	23 536	-	-
Passifs liés aux salaires	82 767	87 077	240	254
	162 581	167 247	314 961	298 230

A. RÉGIMES DE RETRAITE DE CBC/RADIO-CANADA ET AUTRES AVANTAGES SOCIAUX FUTURS

La Société souscrit à un régime de retraite contributif à prestations déterminées, le Régime de retraite de CBC/Radio-Canada, pour la presque totalité des membres de son personnel. Les prestations de retraite sont en fonction de la durée des services validables et de la moyenne du salaire admissible des cinq meilleures années consécutives au cours des dix dernières années de service. Les employés sont tenus de verser une cotisation équivalant à un pourcentage de leur salaire admissible. La Société fournissant le reste du financement, au besoin, en fonction des évaluations actuarielles. La Société souscrit aussi à des régimes de retraite sans capitalisation et non contributifs à prestations déterminées. Tous les régimes sont soumis à des évaluations actuarielles qui sont faites au moins tous les trois ans (dernière évaluation en décembre 2006 et prochaine évaluation en décembre 2009). La Société offre également à ses employés des avantages sociaux futurs comme des indemnités de cessation d'emploi, le maintien des avantages sociaux pour les employés en invalidité de longue durée, une assurance vie pour les employés qui sont à la retraite et une indemnisation pour les accidents du travail. Les dernières évaluations actuarielles du programme d'indemnités de cessation d'emploi et du régime d'assurance vie pour les retraités ont été faites en mars 2006 et décembre 2005 respectivement.

L'actif des régimes de retraite et l'obligation au titre des prestations constituées sont évalués au 31 mars.

HYPOTHÈSES - TAUX ANNUELS

Taux de rendement prévu à long terme de l'actif des régimes	6,50 %	6,75 %
Taux d'actualisation, début de l'exercice	5,00 %	5,00 %
Taux d'actualisation, fin de l'exercice	5,00 %	5,00 %
Taux de croissance de la rémunération à long terme, excluant les primes au mérite et les promotions	3,25 %	3,45 %
Evolution du coût des soins de santé	8,5 % pour 5 ans;	8,5 % pour 5 ans;
Indexation des prestations en cours de versement	4,5 % par après	4,5 % par après
	2,5 %	2,7 %

2007 2006

(MILLIERS DE DOLLARS)

MOYENNES ANNUELLES

Cotisations salariales – régimes de retraite	44 305	36 689
Prestations versées au cours de l'exercice – régimes de retraite	193 958	181 649
Prestations versées au cours de l'exercice – autres avantages sociaux futurs	12 240	12 007

8. CRÉANCES À LONG TERME

A. EFFETS À RECEVOIR

La Société dispose de deux effets à recevoir à long terme par suite de la vente de terrains. Ces effets portent un taux d'intérêt annuel fixe de 7,15 pour cent. Le revenu d'intérêts de ces effets à recevoir se chiffre à 4,3 millions de dollars en 2007 (4,5 millions de dollars en 2006).

Les versements minimaux futurs à recevoir selon les conditions des effets s'établissent comme suit :

2008	5 567
2009	5 567
2010	5 567
2011	5 567
2012	5 567
2013 à 2027	84 440
TOTAL DES VERSEMENTS MINIMAUX FUTURS À RECEVOIR	
Moins : Intérêts implicites	
EFFETS À RECEVOIR	
Moins : Tranche à court terme (incluse dans les créances)	
EFFETS À RECEVOIR À LONG TERME	
58 461	

B. AVANCES DE SALAIRE – MODIFICATION DU CALENDRIER DE LA PAIE

La mise en œuvre d'un nouveau système de paie pendant l'exercice 1998-1999 a entraîné une modification du calendrier de la paie de la Société. Pour se conformer à ce nouveau calendrier sans compromettre le versement de la paie à la quinzaine aux employés, la Société a remis à ces derniers une avance de salaire qu'elle récupérera à la cessation d'emploi. Ces avances s'élèvent à 11,3 millions de dollars en 2007 (12,2 millions en 2006). La Société possède d'autres créances à long terme d'un montant de 0,6 million de dollars.

9. PLACEMENTS À LONG TERME

	2007			2006		
	Influence notable	Autres	Total	Influence notable	Autres	Total
(MILLIERS DE DOLLARS)						
ARTV – participation de 37 %	3 661	-	3 661	3 753	-	3 753
The Documentary Channel – participation de 29 % ¹	-	-	-	-	-	-
Placements de portefeuille	-	17	17	-	17	17
Sirius Canada Inc.	(13 417) ²⁻³	12 000 ⁴	(1 417)	(6 846)	7 000	154
TOTAL	(9 756)	12 017	2 261	(3 093)	7 017	3 924

1 La Société n'a pas inscrit une partie des pertes de The Documentary Channel, puisqu'elle n'assume aucun risque financier s'y rapportant.
2 La Société a investi 25,05 \$ dans des actions de catégorie A, ce qui représente une participation de 25,05 pour cent. Ces actions ouvrent droit à des dividendes représentant le même montant par action.

3 La Société s'est engagée à investir 1,4 million de dollars supplémentaires dans des actions de catégorie C sans toutefois s'engager à assumer un risque financier accru. La portion de la perte non constatée s'élève à 5,2 millions de dollars.

4 La Société a investi 12 millions de dollars dans des actions de catégorie C qui ouvrent droit à un dividende cumulé préférentiel de huit pour cent par an sur le prix de rachat. Ces actions peuvent être rachetées en tout temps par Sirius Canada Inc.

5. INVESTISSEMENT NET DANS DES CONTRATS DE LOCATION-VENTE (SUITE)

Paiements de location minimaux futurs à recevoir en vertu des contrats de location-vente :

	2008	2009	2010	2011	2012	2013 à 2027	TOTAL DES PAIEMENTS DE LOCATION MINIMAUX FUTURS À RECEVOIR
	6 (050)	6 (050)	6 (050)	6 (050)	6 (050)	93 854	124 104

Ces contrats de location-vente portent un taux d'intérêt annuel fixe de 7,15 pour cent. Les intérêts tirés des contrats de location-vente s'élèvent à 4,7 millions de dollars en 2007 (4,8 millions en 2006).

6. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	2007	2006
	Amortissement cumulé	Valeur comptable nette
	(MILLIERS DE DOLLARS)	
Terrains	21 129	21 129
Immeubles	893 775	(454 592) 439 183
Équipement technique	1 322 863	(963 768) 359 095
(Ordinateurs, matériel de bureau et mobilier	171 715	(106 887) 64 828
Véhicules	47 345	(34 786) 12 559
Améliorations locatives	44 588	(12 328) 32 260
Projets d'immobilisations en cours	80 294	- 80 294
	2 581 709	(1 572 361) 1 009 348
		971 649

1 Le coût et l'amortissement cumulé des immobilisations corporelles s'élevaient respectivement à 2 512,0 millions et à 1 540,3 millions de dollars au 31 mars 2006.

7. ACTIFS DESTINÉS À LA VENTE

A. ACTIFS DESTINÉS À LA VENTE – COURT TERME

Dans le cadre d'un projet de consolidation réalisé à St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador), la Société a mis sur le marché un immeuble et un terrain situés dans cette ville. La vente de ces biens entre en vigueur en mai 2007. Ces actifs sont comptabilisés comme des biens destinés à la vente à leur juste valeur estimative de 0,8 million de dollars, soit l'équivalent du prix d'achat offert. Par conséquent, une réduction de valeur de 0,8 million de dollars a été inscrite, car la valeur comptable des biens vendus dépassait leur valeur marchande. La moins-value est incluse dans les dépenses d'exploitation.

B. ACTIFS DESTINÉS À LA VENTE – LONG TERME

Dans le cadre d'un projet de réaménagement réalisé à Vancouver, la Société a mis sur le marché la parcelle de terrain excédentaire comprise dans sa propriété vancouveroise. La vente devrait avoir lieu en 2007-2008. Le gain de cession prévu s'élève à quelque 33,5 millions de dollars.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

R. MODIFICATIONS COMPTABLES FUTURES (SUITE)

La Société analyse actuellement les répétitions qu'auront ces normes sur la présentation de son information financière, notamment les actifs et passifs devant être classés et la justification du classement effectué à compter du 1^{er} avril 2007. En conséquence, la valeur comptable des actifs et passifs financiers touchés sera ajustée en conformité avec les nouvelles normes et tous les ajustements seront constatés comme un ajustement au solde du fonds effectif au 1^{er} avril 2007, sauf si un actif financier donné est classé comme disponible à la vente ou dans le cas d'un instrument dérivé assurant une couverture efficace des flux de trésorerie. Dans le cas des actifs disponibles à la vente, l'ajustement sera inclus dans le solde d'ouverture d'un poste distinct des autres éléments annulés du résultat étendu à compter du 1^{er} avril 2007. Dans le cas des instruments financiers dérivés désignés comme instruments de couverture efficace des flux de trésorerie, la partie efficace de leur juste valeur initiale au 1^{er} avril 2007 sera également comptabilisée comme autres éléments annulés du résultat étendu.

L'ICCA a publié de nouvelles normes, soit Instruments financiers – informations à fournir (chapitre 3862) et Instruments financiers – présentation (chapitre 3863). Ces normes doivent être mises en œuvre pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} avril 2008, mais leur adoption anticipée est autorisée. La Société étudie actuellement les incidences de ces nouvelles normes et suivra les règles énoncées au chapitre 3861, Instruments financiers – informations à fournir et présentation jusqu'à la mise en application des deux nouvelles normes.

3. PLACEMENTS À COURT TERME

Le taux de rendement moyen à échéance du portefeuille de placements à court terme détenu par la Société au 31 mars 2007 est de 4,22 pour cent (3,18 pour cent en 2006). L'échéance moyenne des placements est de 299 jours (158 jours en 2006).

La Société effectue des placements sur le marché monétaire et dans des titres à court terme. Elle n'acquiert que des titres garantis en totalité par le gouvernement du Canada.

4. STOCKS

Stocks d'émissions		133 903	141 505
Autres stocks		2 247	4 079
		2007	2006
		(MILLIERS DE DOLLARS)	
		136 150	145 584

5. INVESTISSEMENT NET DANS DES CONTRATS DE LOCATION-VENTE

L'investissement net de la Société dans des contrats de location-vente comprend les éléments suivants :

Total des paiements de location minimaux à recevoir		124 104
Revenus non gagnés		(58 168)
Tranche à court terme		(1 863)
Tranche à long terme		64 073
		(MILLIERS DE DOLLARS)

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

P. COÛTS DES SERVICES DE LA TÉLÉVISION ET DE LA RADIO

Les coûts des services de la Télévision et de la Radio comprennent tous les coûts liés à la production des émissions, y compris les dépenses directes, les frais administratifs et des services, ainsi que le coût des activités liées à la main-d'œuvre technique et aux installations. Une partie des coûts du soutien opérationnel assuré par des services comme les Ressources humaines, Finances et Administration, la Gestion des immobilisations, et les autres services partagés sont également inclus. Les coûts des services de la Télévision et de la Radio comprennent aussi les activités des services liés à la programmation comme Ventes et Marketing et Communications.

Q. INCERTITUDE RELATIVE À LA MESURE

La préparation des états financiers consolidés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada exige que la direction fasse des estimations et formule des hypothèses qui influent sur le montant déclaré de l'actif et du passif à la date des états financiers consolidés, ainsi que sur les revenus et les dépenses déclarés pendant l'exercice visé. Les passifs liés au personnel, la durée de vie utile estimative des immobilisations corporelles et des stocks d'émissions, de même que le passif éventuel sont les éléments les plus importants faisant l'objet d'estimations. Les chiffres réels pourraient différer de façon importante de ces estimations.

R. MODIFICATIONS COMPTABLES FUTURES

En janvier 2005, l'Institut Canadien des Comptables Agréés (ICCA) a publié les trois normes comptables suivantes, auxquelles la Société sera assujettie en 2007-2008 :

Chapitre 3855 : Instruments financiers – comptabilisation et évaluation – Cette norme énonce les critères de comptabilisation, de décomptabilisation, d'évaluation et de classement des instruments financiers. La Société devra classer ses actifs financiers dans l'une ou l'autre des catégories suivantes : actifs financiers détenus à des fins de négociation, placements détenus jusqu'à l'échéance, actifs financiers disponibles à la vente, ou prêts et créances. Les passifs financiers devront être classés comme étant détenus à des fins de transaction ou comme autres passifs. Le traitement comptable des actifs variera selon leur catégorie. Au départ, tous les instruments financiers doivent être comptabilisés à la juste valeur dans le bilan consolidé. Subséquentement à la comptabilisation initiale, les instruments financiers détenus à des fins de négociation ou ceux qui sont disponibles à la vente continueront d'être évalués à leur juste valeur, alors que les placements détenus jusqu'à l'échéance, les prêts et créances, et les autres passifs doivent être évalués au coût après amortissement, selon la méthode du taux effectif. La variation de la juste valeur des instruments financiers détenus à des fins de négociation sera comptabilisée dans l'état consolidé des résultats et des bénéfices non répartis (déficit), alors que celle des actifs disponibles à la vente sera comptabilisée au poste autres éléments du résultat étendu jusqu'à ce que l'actif financier soit aliéné ou que la variation de valeur devienne permanente. Le résultat étendu comprendra ainsi les résultats nets consolidés de la Société et les autres éléments du résultat étendu. Les instruments financiers du résultat étendu seront présentés distinctement dans le bilan consolidé comme un nouvel élément du fonds effectif.

Chapitre 3865 : Couvertures – Les dérivés seront classés dans la catégorie des actifs financiers détenus à des fins de négociation, à moins qu'ils ne soient désignés comme des instruments de couverture. Tous les dérivés, y compris les dérivés incorporés qui ne sont pas étroitement liés avec le contrat hôte, seront évalués à leur juste valeur. Dans le cas d'un dérivé désigné comme couverture du risque de variation de la juste valeur d'un élément d'actif ou de passif, la variation de sa juste valeur sera constatée dans les résultats nets et compensée par la variation de la juste valeur de l'élément d'actif ou de passif couvert. Dans le cas d'un dérivé qui couvre le risque de variation des flux de trésorerie, la partie efficace des changements dans sa juste valeur sera immédiatement présentée dans la nouvelle catégorie autres éléments du résultat étendu et reclassée ultérieurement dans les résultats nets des périodes au cours desquelles la variabilité des flux de trésorerie de l'élément couvert a eu un effet.

Chapitre 1530 : Résultat étendu – Cette norme exige que certains gains et certaines pertes, qui autrement seraient constatés dans les résultats nets, soient présentés dans les autres éléments du résultat étendu jusqu'à ce qu'ils puissent être comptabilisés à juste titre dans les résultats nets. La Société sera peut-être tenue de présenter un nouvel état financier intitulé état du résultat étendu pour constater ces sommes jusqu'à leur réalisation.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

M. AVANTAGES SOCIAUX FUTURS AUTRES QUE LES RÉGIMES DE RETRAITE

La Société fournit à ses employés d'autres avantages sociaux futurs tels que les indemnités de départ, le maintien des avantages sociaux en cas d'invalidité de longue durée, les primes d'assurance vie après la retraite et l'indemnisation des accidents du travail.

Le coût de ces avantages sociaux est calculé selon la méthode actuarielle de répartition au prorata des années de service et tient compte des meilleures hypothèses de la direction concernant notamment la croissance des salaires, l'inflation, l'âge de la retraite des employés, le taux de mortalité des participants et les coûts prévus des soins de santé.

Dans le cas des indemnités de départ et de l'assurance vie après la retraite, l'obligation transitoire et les gains ou pertes actuariels nets sont amortis sur la durée moyenne résiduelle d'activité du groupe d'employés. L'obligation transitoire et les gains ou pertes actuariels nets liés au maintien des avantages sociaux en cas d'invalidité de longue durée et à l'indemnisation des accidents de travail sont amortis sur la durée restante moyenne prévue des paiements. La période d'amortissement utilisée pour ces régimes varie entre 8,0 et 15,7 ans (de 7,6 à 13,5 ans en 2006).

Puisque le passif de ces éléments sera financé principalement par des crédits alloués par le gouvernement du Canada dans le futur, il n'a aucun effet sur les résultats d'exploitation nets de la Société pour l'exercice, établis en fonction du financement public.

N. IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

La Société applique la méthode de l'actif et du passif fiscal dans la comptabilisation des impôts sur les bénéfices. Les actifs et passifs d'impôts futurs sont constatés selon leur incidence fiscale future estimative résultant des écarts entre la valeur comptable selon les états financiers consolidés des actifs et passifs existants et leur valeur fiscale. Les actifs et passifs d'impôts futurs sont calculés par l'application des taux d'imposition en vigueur ou pratiquement en vigueur durant l'exercice au cours duquel les écarts temporaires devraient se réaliser ou être réglés. Si la réalisation des actifs d'impôts futurs est jugée plus improbable que probable, une provision pour moins-valeur est constatée.

O. CONSTATION DES REVENUS

(i) PUBLICITÉ ET VENTES D'ÉMISSIONS

Les revenus provenant de la vente de temps d'antenne publicitaire sont constatés après que la publicité a été diffusée. Les revenus provenant de la vente d'émissions à des radiodiffuseurs extérieurs par les chaînes principales sont constatés lorsque la vente des biens ou la prestation des services est terminée.

(ii) SERVICES SPÉCIALISÉS

Les revenus tirés des services spécialisés englobent les revenus provenant de la vente de temps d'antenne publicitaire et de la vente d'émissions à des radiodiffuseurs extérieurs par les chaînes spécialisées, ainsi que les revenus d'abonnement. Les revenus provenant de la vente de temps d'antenne publicitaire sont constatés après que la publicité a été diffusée. Les revenus provenant des ventes d'émissions et des abonnements sont constatés lorsque la vente des biens ou la prestation des services est terminée.

(iii) AUTRES REVENUS

Les autres revenus comprennent notamment les revenus découlant des locations d'espaces, d'installations et de services, des activités à titre de diffuseur-hôte, de la vente des productions publicitaires ainsi que les gains et pertes provenant de l'aliénation d'immobilisations corporelles. Ces revenus sont constatés lorsque la vente des biens ou la prestation des services est terminée.

(iv) REVENU DE FINANCEMENT

Ce poste inclut les revenus d'intérêts des comptes bancaires, des placements à court terme, des investissements dans des contrats de location-vente et des effets à recevoir. Les intérêts sont comptabilisés dans l'exercice au cours duquel ils sont gagnés.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

J. CHARGES REPORTÉES

Les coûts initiaux engagés pour un contrat de location-exploitation sont amortis sur la période du contrat. Toutes les autres charges reportées sont amorties selon la durée de l'entente pertinente.

K. PLACEMENTS À LONG TERME

La Société utilise la méthode de la valeur d'acquisition pour sa participation dans des entreprises sur lesquelles elle n'exerce pas une influence notable. Elle utilise la méthode de la comptabilisation à la valeur d'acquisition pour sa participation dans des cas de dernier cas, la Société enregistre sa participation initialement à la valeur d'acquisition, puis augmente ou diminue ce montant de sa quote-part de résultats de l'entité détenue. Cette quote-part est ajoutée aux autres revenus de la Société. Lorsque les pertes nettes d'une participation comptabilisée comme un placement dépassent sa valeur comptable, le solde de la valeur de la participation est ramené à néant et les autres pertes ne sont pas comptabilisées, à moins que la Société ne s'engage à fournir une aide financière à l'entité détenue. Les placements sont soumis à des tests de dépréciation s'il survient des événements ou des changements qui indiquent une perte de valeur. S'il s'avère que la perte de valeur est durable, la valeur du placement sera consignée pour comptabiliser cette perte.

L. CHARGES ET OBLIGATIONS ASSOCIEES AUX REGIMES DE RETRAITE

La société soumet à des régimes de retraite à prestations déterminées qui offrent diverses prestations de retraite fondées sur le nombre d'années de service et le salaire moyen en fin de carrière.

Le charge au titre de prestations de retraite acquises par les employés est déterminé selon la méthode actuarielle de répartition au prorata des années de service et tient compte des meilleures hypothèses de la direction concernant le rendement prévu à long terme de l'actif des régimes, la croissance des salaires, l'inflation, l'âge de retraite et le taux de mortalité des participants.

La charge de retraite comprend le coût des prestations au titre des services rendus au cours de l'exercice, l'intérêt débiteur sur l'obligation au titre des prestations constituées, le rendement prévu de la valeur actuarielle de l'actif des régimes, l'amortissement de l'actif transitoire, l'amortissement des gains et pertes actuariels nets et est utilisée pour le calcul du rendement prévu. La méthode utilisée pour déterminer la valeur marchande de l'actif des régimes consiste à prendre les gains et pertes en capital réalisées et non réalisées pour un exercice donné et à les répartir de façon uniforme sur l'exercice en question et à faire de même pour les trois exercices subséquents. Le taux d'actualisation utilisé pour calculer l'obligation au titre des prestations constituées est fondé sur le taux d'intérêt inhérent au montant pour lequel l'obligation pourrait être réglée.

d'intérêt inhérent au montant pour lequel l'obligation pourrait être réglée.

Le 1^{er} avril 2000, la Société a adopté la nouvelle norme comptable relative aux avantages sociaux futurs, selon la méthode de comptabilisation prospective. La Société amortit l'actif transitoire selon la méthode linéaire sur une durée de 13,5 ans, soit la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs qui devaient toucher des prestations de retraite au 1^{er} avril 2000.

Les coûts des services passés découlant de modifications apportées aux régimes sont reportés et amortis selon la méthode linéaire sur la durée moyenne résiduelle d'activité des salariés actifs à la date des modifications.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

G. STOCKS (SUITE)

La Société prend des engagements contractuels relativement à des productions indépendantes, ainsi qu'à des droits sur des films et des textes. Les paiements effectués selon les modalités de chaque contrat sont inscrits comme frais payés d'avance, puis constatés comme stocks d'émissions lorsque les critères suivants sont remplis : le coût est établi, le matériel est accepté et l'émission est disponible pour diffusion. Les coûts sont imputés à l'exploitation selon le tableau d'amortissement ci-dessus ou lorsqu'ils sont vendus.

(iii) DÉPRÉCIATION

La valeur des stocks est mesurée chaque année. Lorsqu'un élément de stock est devenu inutilisable, la fraction non amortie du coût correspondant est imputée à l'exploitation.

(iiii) AUTRES STOCKS

Les productions indépendantes pour lesquelles un paiement est exigible et qui ne répondent pas aux critères applicables aux stocks d'émissions, ainsi que divers stocks de la Division du marchandisage comptabilisés au moindre du coût et de la valeur de réalisation nette, sont présents dans le poste *autres stocks*.

H. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées à leur valeur d'acquisition, déduction faite de l'amortissement cumulé. Le coût des biens construits par la Société comprend les matériaux, les frais de main-d'œuvre directe et les frais généraux qui s'y rapportent. Les sommes relatives aux projets d'immobilisations corporelles en cours sont vitées à la rubrique appropriée des immobilisations corporelles lorsque le projet est achevé, et sont alors amorties. L'amortissement est calculé selon la méthode linéaire en fonction de taux fondés sur la durée de vie utile estimative des immobilisations corporelles, comme suit :

→ Immeubles	33 ans
→ Equipement technique	20 ans
Emetteurs et pylônes	16 ans
Autres	8 ans
→ Mobilier et matériel de bureau	10 ans
→ Ordinateurs	5 ans
Ordinateurs centraux (matériel et logiciels)	3 ans
→ Véhicules	20 ans
Véhicules spécialisés	12 ans
Camions de reportage de la Télévision et de la Radio, camions lourds 5 et 10 tonnes	10 ans
Motoneiges, véhicules tout-terrains	8 ans
Véhicules utilitaires, fourgons	5 ans
Automobiles, voitures et fourgonnettes	5 ans

Les améliorations locatives sont capitalisées et amorties sur la durée des contrats de location.

Au 1^{er} avril 2006, la durée de vie utile estimative de certaines pièces d'équipement technique est passée de cinq à 16 ans en ce qui concerne l'équipement électrique et de cinq à huit ans pour les autres équipements techniques. Ces changements sont fondés sur l'expérience de la Société et sur la durée de service fournie par ces équipements à l'usage. La prolongation de la durée de vie utile estimative du matériel considéré a eu pour effet de réduire d'environ 31 millions de dollars le total de l'amortissement des immobilisations corporelles de 2006-2007.

I. INVESTISSEMENT NET DANS DES CONTRATS DE LOCATION-VENTE

Les actifs loués à des conditions prévoyant le transfert aux preneurs de la totalité ou presque des avantages et des risques liés à la propriété sont constatés à titre de contrats de location-vente.

Les revenus financiers provenant des contrats de location-vente sont constatés de manière à ce que l'investissement dans les contrats assure un taux de rendement constant. Aux fins de la constatation des revenus, l'investissement dans les contrats comprend les paiements de location minimaux nets et les produits financiers non gagnés.



CATEGORIE		METHODE D'AMORTISSEMENT
Emissions comportant plusieurs diffusions ¹		70 %/30 %, respectivement, à la première et à la
Emissions pour enfants		en tranches égales à chaque concurrence de cinq diffusions)
Cours métrages et interludes		sur la durée du contrat
Séries télévisées quotidiennes		en tranches égales à chaque diffusion

1 : L'exemption des émissions pour enfants, des courts métrages, des interludes et des séries télévisées quotidiennes

Les coûts des émissions comportant plusieurs diffusions sont amortis comme suit :

Les émissions réalisées et en cours de production sont comptabilisées au coût, lequel comprend le coût des matières et des services, ainsi que la quote-part de la main-d'œuvre et des frais généraux imputables aux émissions. Les coûts des émissions sont imputés à l'exploitation lorsque les émissions sont diffusées, vendues ou jugées inutilisables.

(1) STOCKS D'ÉMISSIONS

G. STOCKS

résultats et des bénéfices non répartis (définit).

à sa juste valeur, et toute variation de la juste valeur est passée en charges ou créditée dans l'état consolidé des

qui n'est pas ou n'est plus désigné comme un élément de couverture admissible est inscrit au bilan consolidé

désignation de la relation de couverture prend fin. Tout instrument financier dérivé détenu par la Société

prévue est effectuée; l'élément couvert est réglé; la relation de couverture cesse d'être efficace ou la

des éléments hors bilan et ne sont constatés que lorsqu'un des événements suivants se produit : l'opération

au moment du recensement des instruments financiers couverts. Les contrats à terme sont comptabilisés comme

Les gains ou les pertes de change découlant des produits dérivés utilisés comme couverture sont constatés

éléments couverts.

de couverture lorsqu'il s'agit de compenser les variations de la juste valeur ou des flux de trésorerie des

couverture, puis de manière continue, l'efficacité des produits dérivés qui sont utilisés dans les opérations

les engagements fermes particuliers. La Société évalue aussi de façon formelle, au début de l'opération de

opérations de couverture. Le processus consiste entre autres à faire le lien entre tous les produits dérivés et

éléments couverts ainsi que ses objectifs en matière de gestion de risques et sa stratégie relative à diverses

La Société documente de manière formelle toutes les relations entre les instruments de couverture et les

couverts, et que les échéances concordent.

dérivé compensent largement les variations des flux de trésorerie ou de la juste valeur de la position

de couverture est considérée comme efficace lorsque les flux de trésorerie ou la juste valeur de l'instrument

Pour être admissible comme couverture, un instrument dérivé doit être désigné et efficace. Une opération

de négociation ou de spéculation.

prédéterminée. La politique de la Société est de ne pas utiliser les instruments dérivés à des fins d'opérations

contre une quantité d'une autre monnaie, un cours convenu, avec réglément à une date ultérieure

contractuels en vertu desquels deux parties conviennent d'échanger une quantité donnée d'une monnaie

découlant de fluctuations défavorables du change. Les contrats à terme sont des engagements

La Société se sert d'instruments financiers dérivés tels que des contrats à terme pour gérer le risque de pertes

F. INSTRUMENTS FINANCIERS DÉRIVÉS

en compte dans le calcul des résultats nets de l'exercice.

aux taux de change moyens en vigueur pendant l'exercice. Le total des gains ou des pertes de change est pris

moment où les actifs ont été acquis, ou les obligations contractées. Les revenus et les dépenses sont convertis

de change en vigueur à la date du bilan, et les éléments non monétaires, aux taux de change en vigueur au

Les éléments d'actif et de passif monétaires libellés en devises sont convertis en dollars canadiens aux taux

E. CONVERSION DES DEVISES

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES (SUITE)

NOTES AFFÉRENTES AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS ➔

EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS 2007

1. POUVOIRS ET OBJECTIFS

CBC|Radio-Canada (la Société) a été constituée en vertu de la *Loi canadienne sur la radiodiffusion* de 1936, puis maintenue en vertu des lois sur la radiodiffusion de 1958, 1968 et 1991. Elle est mandataire de Sa Majesté, et tout bien qu'elle acquiert devient la propriété de cette dernière.

À titre de radiodiffuseur public national, CBC|Radio-Canada offre, dans les deux langues officielles, des services de radio, de télévision et de nouveaux médias comportant une programmation principalement typiquement canadienne, afin de refléter la globalité canadienne et de rendre compte de la diversité régionale du pays, à l'intention des auditoires nationaux et régionaux.

Conformément au paragraphe 85(1) de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, la Société n'est pas assujettie aux sections I à IV de la partie X de cette *Loi*, sauf pour les articles 131 à 148 et l'article 154.01, et elle doit rendre compte de ses activités au Parlement par le biais de la ministre du Patrimoine canadien et de la Condition féminine.

CBC|Radio-Canada est une société d'État qui est assujettie à l'impôt fédéral sur les bénéfices des sociétés en vertu de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (Canada) et de son règlement d'application. CBC|Radio-Canada n'est pas assujettie aux régimes provinciaux d'impôt sur le revenu, mais elle doit payer les taxes de vente tant au niveau fédéral que provincial.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

Les états financiers consolidés de la Société sont préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. Voici une description des principales conventions comptables.

A. PÉRIMÈTRE DE CONSOLIDATION

Les états financiers consolidés comprennent les comptes de la Société ainsi que ceux du Broadcast Centre Trust, une entité à détenteurs de droits variables (EDDV) dont la Société est le principal bénéficiaire.

B. CRÉDITS PARLEMENTAIRES

La Société reçoit une partie importante de son financement du gouvernement du Canada. Les crédits parlementaires servant aux dépenses d'exploitation sont comptabilisés dans l'*état consolidé des résultats et des bénéfices non répartis (déficit)*. Les crédits parlementaires pour les dépenses au titre des immobilisations corporelles et sont amortis de la même façon et sur les mêmes périodes que les immobilisations corporelles auxquelles ils se rapportent. Les crédits parlementaires pour le Fonds de roulement et l'achat de terrains sont comptabilisés dans le Fonds effectif.

C. ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

Les équivalents de trésorerie, qui sont inscrits à leur valeur d'acquisition puisqu'ils sont censés être détenus jusqu'à échéance, sont composés de titres négociables dont les échéances initiales sont inférieures à 90 jours.

D. PLACEMENTS À COURT TERME

Les placements à court terme, qui sont inscrits à leur valeur d'acquisition puisqu'ils sont censés être détenus jusqu'à échéance, comprennent des titres négociables dont les échéances initiales sont supérieures à trois mois et la tranche des placements à long terme échéant à moins d'un an à partir de la date du bilan.

ÉTAT CONSOLIDÉ
DES FLUX DE TRÉSORERIE →

EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS

ETATS FINANCIERS CONSOLIDÉS →

2007		2006	
(MILLIERS DE DOLLARS)		(MILLIERS DE DOLLARS)	
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DE ACTIVITÉS MOYENNES D'EXPLOITATION			
Résultats nets de l'exercice			
(69 229)	(44 187)	(21)	434
Perte (gain) sur l'aliénation des immobilisations corporelles			
99 395	123 841	803	-
Dépréciation des immobilisations corporelles			
6 663	7 109	542	556
Amortissement des immobilisations corporelles			
(93 141)	(117 956)	1 281	-
Acquis reclassés comme dérivés à la vente			
(516)	(311)	(243)	(311)
Variation des revenus reportés (long terme)			
(671)	-	2 602	(384)
Variation des passifs liés au personnel (court terme)			
16 731	67 624	2 602	(384)
Variation nette des soldes des éléments hors trésorerie			
99 759	(61 549)	63 955	(24 823)
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT			
(Crédits parlementaires) (NOTE 18) :			
Fonds d'immobilisations corporelles			
135 730	87 510	4 000	4 000
Remboursement de la dette obligataire			
(6 870)	(6 378)	132 860	85 132
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT			
Acquisition d'immobilisations corporelles			
(138 720)	(116 067)	(5 000)	(7 000)
Acquisition de placements à long terme			
-	34 360	855	647
Recouvrement des avances salariales			
1 300	1 575	1 378	1 285
Recouvrement du capital provenant de l'investissement			
net dans des contrats de location-vente			
(Charges reportées)			
1 685	1 848	50 211	(23 043)
Augmentation, diminution de la trésorerie et des équivalents de trésorerie			
(2 556)	20 487	(2 556)	20 487
FIN DE L'EXERCICE			
47 655	(2 556)	47 655	(2 556)
FIN DE L'EXERCICE			
Équivalents de trésorerie			
47 458	-	47 458	-
Trésorerie			
197	-	197	-
Intérêts payés			
26 169	(23)	26 169	(23)
Paiement (recouvrement) d'impôt sur les bénéfices			
362	-	362	-

ÉTAT CONSOLIDÉ DES RÉSULTATS ET
DES BÉNÉFICES NON RÉPARTIS (DÉFICIT) ->

EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS

ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS->

2007	2006	(MILLIERS DE DOLLARS)
REVENUS		
Publicité et ventes d'émissions	328 898	314 708
Services spécialisés (NOTE 17)	150 107	144 265
Autres revenus	64 446	69 707
Revenu de financement	15 835	14 737
559 286	543 417	
DÉPENSES		
Coûts des services de la Télévision et de la Radio	1 376 522	1 366 659
Services spécialisés (NOTE 17)	126 701	126 348
Amortissement des immobilisations corporelles	99 395	123 841
Transmission, distribution et collecte	62 875	63 023
Administration nationale	16 567	16 542
Paiements aux stations privées	7 283	7 997
Pertes sur les placements dans les entités sous influence notable	6 663	7 109
1 696 006	1 711 519	
PERTE D'EXPLOITATION AVANT FINANCEMENT PUBLIC ET IMPÔTS		
FINANCEMENT PUBLIC		
Credit parlementaire d'exploitation (NOTE 18)	974 324	1 006 231
Amortissement du fonds d'immobilisations corporelles reporté (NOTE 13)	93 141	117 956
1 067 465	1 124 187	
RÉSULTATS NETS AVANT IMPÔTS		
Recouvrement (provision) d'impôts sur les bénéfices et des grandes sociétés (NOTE 19)	(69 255)	(43 915)
26	(272)	
RÉSULTATS NETS DE L'EXERCICE		
SOLDE DU COMPTE DES BÉNÉFICES NON RÉPARTIS, DÉBUT DE L'EXERCICE	34 985	75 172
FINANCEMENT DU FONDS DE ROULEMENT (NOTE 18)	4 000	4 000
(30 244)	34 985	
SOLDE DU COMPTE DES BÉNÉFICES NON RÉPARTIS (DÉFICIT), FIN DE L'EXERCICE		34 985

Les notes ci-jointes font partie intégrante des états financiers consolidés.

BILAN
CONSOLIDÉ

31 MARS

2007 2006
(MILLIERS DE DOLLARS)

ACTIF

A LONG TERME

Trésorerie et équivalents de trésorerie	47 655	-
Placements à court terme (NOTE 3)	29 998	93 658
Créances	138 939	181 048
Stocks (NOTE 4)	136 150	145 584
Frais payés d'avance	67 987	56 795
Investissement net dans des contrats de location-vente (NOTE 5)	1 863	1 771
Actifs destinés à la vente (NOTE 7)	765	-
Immobilisations corporelles (NOTE 6)	1 009 348	971 649
Actifs destinés à la vente (NOTE 7)	516	-
Créances à long terme (NOTE 8)	70 437	72 016
Investissement net dans des contrats de location-vente (NOTE 5)	64 073	65 551
Charges reportées	20 468	12 908
Placements à long terme (NOTE 9)	3 678	3 924
423 357	478 856	

A COURT TERME

Découvert de banque	-	2 556
Créditeurs et charges à payer	139 281	138 766
Revenus reportés	6 125	685
Passifs liés au personnel (NOTE 10)	162 581	167 247
Dettes obligataires (NOTE 12)	18 138	17 766
326 125	327 020	
Placements à long terme (NOTE 9)	1 417	-
Revenus reportés	2 537	2 780
Passifs liés au personnel (NOTE 10)	314 961	298 230
Dettes obligataires (NOTE 12)	334 951	342 348
Fonds d'immobilisations corporelles reporté (NOTE 13)	642 130	599 541
1 295 996	1 242 899	
Bénéfices non répartis (déficit) (NOTE 14)	(30 244)	34 985
1 591 877	1 604 904	

PASSIF

Les notes ci-jointes font partie intégrante des états financiers consolidés.

UN ADMINISTRATEUR

Kim L. St. Jean

Alain St. Jean

À la ministre du Patrimoine canadien et de la Condition féminine

J'ai vérifié le bilan consolidé de la Société Radio-Canada au 31 mars 2007 et les états consolidés des résultats et des bénéfices non répartis (déficit) et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers consolidés donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2007 ainsi que des résultats de son exploitation et des ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Conformément aux exigences de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, je déclare qu'à mon avis ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

De plus, à mon avis, les opérations de la Société dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers consolidés ont été effectuées, à tous les égards importants, conformément aux dispositions pertinentes de la partie X de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, à la partie III de la *Loi sur la radiodiffusion* et aux règlements administratifs de la Société.

LA VÉRIFICATEUR GÉNÉRALE DU CANADA,

Sheila Fraser

SHEILA FRASER, FCA

OTTAWA, CANADA

LE 28 MAI 2007

RESPONSABILITÉ DE LA DIRECTION À L'ÉGARD DES ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

Les états financiers consolidés et tous les autres renseignements figurant dans ce rapport annuel relèvent de la direction et ils ont été examinés et approuvés par le Conseil d'administration de la Société. Les états financiers consolidés, qui comprennent des chiffres fondés sur les meilleures estimations découlant de l'expérience et du jugement de la direction, ont été préparés avec soin, en fonction de l'importance relative des opérations et selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

La direction de la Société tient des livres et des documents comptables, de même que des systèmes de contrôle et d'information à des fins de gestion financière et administrative, qui sont conçus pour fournir des renseignements financiers fiables et exacts en temps opportun. Ces contrôles permettent de garantir raisonnablement que les biens sont protégés, que les ressources sont gérées avec économie et efficacité et que la réalisation des objectifs de la Société, que les opérations sont effectuées de façon efficace et que les opérations sont conformes aux dispositions applicables de la partie X de la Loi sur la gestion des finances publiques, à la partie III de la Loi sur la radiodiffusion et aux règlements administratifs de la Société.

Il incombe au vérificateur interne de la Société d'évaluer les systèmes, les méthodes et les pratiques de la Société. La vérificatrice générale du Canada effectue une vérification indépendante des états financiers consolidés de la Société et en fait un compte rendu à la ministre du Patrimoine canadien et de la

Le Comité de vérification du Conseil d'administration, qui comprend cinq personnes, dont aucune n'est membre de la direction, reçoit les états financiers consolidés ainsi que le rapport de la vérificatrice générale y afférent, et fait des recommandations au Conseil d'administration à cet égard. Il supervise les activités de vérification interne et rencontre régulièrement la direction, le vérificateur interne et la vérificatrice générale pour discuter du processus d'établissement des rapports financiers ainsi que des questions concernant la vérification, la comptabilité et les rapports.

Paul Gauthier
VÉRIFICATEUR GÉNÉRAL
LA VICE-PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION FINANCIÈRE




Le fait que ce soutien soit accordé pour deux ans, soit 2007–2008 et 2008–2009, est particulièrement encourageant. Le gouvernement aura ainsi témoigné de son engagement à l'égard de la programmation canadienne pendant huit années consécutives. Cet engagement des Canadiens pour une durée de deux années procure une certaine stabilité qui permettra de planifier l'avenir et d'accroître le nombre d'émissions canadiennes que la Société peut offrir dans l'ensemble de ses services et sur toutes ses plateformes.

En février 2007, le CRTC a mis sur pied un groupe de travail chargé d'examiner les questions relatives au **Fonds canadien de télévision**. L'objectif du groupe de travail est d'en arriver à un consensus pour résoudre les préoccupations soulevées par les parties intéressées ou, à tout le moins, d'établir des solutions possibles pour ce qui est des questions non résolues. Le résultat de ce consensus pourrait avoir des conséquences sur le niveau de financement accordé à CBC|Radio-Canada.

En raison de l'entrée en vigueur de certaines dispositions de la *Loi fédérale sur la responsabilité*, CBC|Radio-Canada sera assujéti à la *Loi sur l'accès à l'information* à partir du 1^{er} septembre 2007. Au cours de la dernière année, la Société s'est employée à se préparer en vue de répondre aux demandes d'information. Bien qu'il soit impossible pour le moment d'estimer de façon réaliste le volume de demandes auxquelles il faudra répondre, il n'en demeure pas moins que cette obligation en vertu de la *Loi* risque de mobiliser des ressources considérables.

CBC|Radio-Canada a entrepris deux projets à long terme visant à optimiser l'utilisation de l'espace et à en améliorer la fonctionnalité. Le premier a pour but de changer fondamentalement et d'améliorer le lieu de travail des employés, et de mieux utiliser l'espace public au sein du **Centre canadien de radiodiffusion, à Toronto**, tout en libérant de l'espace qui sera loué pour générer des revenus supplémentaires, lesquels serviront à financer le réaménagement et seront réinvestis dans les activités fondamentales de programmation. Par ailleurs, un projet d'étude sur la modernisation de la **Maison de Radio-Canada et de son site à Montréal** a été entrepris. Quatre objectifs encadrent ce projet : la création d'un espace de travail stimulant et efficace pour le personnel, l'adaptation de nos locaux aux besoins d'un radiodiffuseur du XXI^e siècle, le financement du projet sans l'apport de fonds publics et sans rogner sur les fonds destinés à la programmation, et le respect des besoins de la collectivité environnante tout en intégrant mieux la Maison de Radio-Canada au plan d'urbanisme de la ville.

RÉSULTATS FINANCIERS IMPORTANTS DES CINQ DERNIÈRES ANNÉES					
POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS					
2007	2006	2005	2004	2003	
(MILLIONS DE DOLLARS)					
FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL					
Crédits parlementaires	914	946	877	873	877
Financement ponctuel pour redynamiser la programmation	60	60	60	60	60
REVENUS					
Publicité et ventes d'émissions	329	315	322	283	284
Autres revenus	64	70	73	79	73
Services spécialisés	150	144	138	132	123
DÉPENSES					
Coûts des services de la Télévision et de la Radio	1 377	1 367	1 383	1 330	1 198
Services spécialisés	127	126	121	116	117
RATIOS FINANCIERS					
POUR L'EXERCICE TERMINÉ LE 31 MARS					
2007	2006	2005	2004	2003	
Ratios de liquidité					
Ratio de liquidité générale ¹	1,30	1,46	1,36	1,64	1,55
Ratio de liquidité relative ²	0,88	1,02	0,92	1,25	1,24
1 Actif à court terme / passif à court terme.					
2 (Actif à court terme-inventaire) / passif à court terme.					

La hausse de quatre pour cent des revenus des Services spécialisés de la Société est principalement attribuable à l'accroissement des revenus d'abonnement de Galaxie, de (C)BC, Newsworld et du Réseau de l'information de Radio-Canada (R11). Dans l'ensemble, les Services spécialisés ont atteint à 102 pour cent les cibles fixées au début de l'exercice.

Les autres revenus ont diminué de sept pour cent par rapport à l'an dernier, et comprennent les revenus de la vente de contenu d'émissions à Sirius Canada Inc. et les recettes de la Division du merchandising. Les composantes médias ont dépassé de 17 pour cent leur cible pour 2006-2007, notamment en faisant appel à un plus grand nombre de productions indépendantes. En 2005-2006, les autres revenus comprenaient les revenus provenant de la diffusion en tant que diffuseur-hôte des Championnats du monde de sports aquatiques de la FINA qui ont eu lieu à Montréal et des Jeux olympiques d'hiver de Turin.

DÉPENSES – 2006-2007

En 2006-2007, les dépenses ont diminué d'un peu moins de un pour cent comparativement à 2005-2006. Cette baisse s'explique par une réduction de 20 pour cent du coût de l'amortissement des immobilisations corporelles à la suite de la modification du taux d'amortissement de certaines pièces d'équipement technique. Cette réduction a été compensée par des coûts accrus liés au retour du hockey à (C)BC Television, des charges découlant des nouvelles conventions collectives et par l'augmentation des dépenses en programmation à la Télévision de Radio-Canada. En 2005-2006, les dépenses comprenaient les coûts des Jeux olympiques d'hiver de Turin et une réduction du niveau d'activité pendant le lock-out des employés membres de la Centrale canadienne des médias (C3M).

2007-2008 ET LES EXERCICES SUIVANTS

Les négociations entre (C)BC/Radio-Canada et la Fédération Internationale de Football Association (FIFA) se sont conclues par une entente englobant les droits de diffusion pour une couverture complète des matchs de soccer de 2007 à 2014, notamment ceux de la Coupe du monde de la FIFA 2010 en Afrique du Sud et de la Coupe du monde de la FIFA 2014. L'entente de diffusion englobe également la Coupe du monde masculine U-20 de la FIFA, qui aura lieu à Victoria, Burnaby, Edmonton, Montréal, Ottawa et Toronto en juillet 2007. (C)BC/Radio-Canada agira à titre de diffuseur-hôte de cet événement, auquel participeront les meilleurs joueurs de moins de 20 ans des quatre coins du monde. (C)BC/Radio-Canada couvrira aussi la Coupe du monde féminine de la FIFA 2007 qui se tiendra en Chine, ainsi que la Coupe du monde féminine de la FIFA 2011.

La tradition de Hockey Night in Canada se perpétue maintenant que la Société a réussi à conclure une nouvelle entente de six ans pour la diffusion des matchs de la Ligue nationale de hockey (LNH) en anglais sur de multiples plateformes, à l'échelle nationale, à compter de la saison 2008-2009. Pour la première fois, cette entente permet à la Société d'offrir aux Canadiens du hockey sur encore plus de plateformes qu'avant, grâce à la diffusion en continu et sur demande sur (C)BCi et de tous les matchs présents sur (C)BC Television, à la diffusion de nouvelles et de contenus sur les téléphones cellulaires, et à la vidéo sur demande. Cette voie d'avent pour la radiodiffusion permettra aux amateurs de hockey de suivre les matchs peu importe le lieu où ils se trouvent, au moment qui leur convient et sur la plateforme de leur choix.

L'honorable Beverley J. Oda, ministre du Patrimoine canadien et de la Condition féminine, a confirmé l'octroi du financement supplémentaire de **60 millions de dollars** pour la programmation canadienne pour les deux prochains exercices, afin de donner à (C)BC/Radio-Canada les moyens de continuer d'offrir aux Canadiens une programmation unique et de grande qualité. Ces dernières années, le financement annuel supplémentaire de (6) millions de dollars a permis à (C)BC/Radio-Canada d'améliorer de façon considérable les services de la Société, notamment de créer de nouvelles dramatiques et émissions de divertissement pour la Télévision telles que *Intelligence*, *Déjà vu*, *Dem. René II* et *Rumeurs*, de consolider des émissions déjà existantes de la Radio et de la Télévision comme *Écoute pas ça* et *Opening Night*, et de produire des émissions et des événements bilingues uniques comme *Hockey: A People's History*, *Hockey: La fièvre d'un peuple* et *Champion*.

CBC|Radio-Canada affichait un excédent selon le principe de la solvabilité, ce qui mettait fin à l'obligation d'y verser des cotisations additionnelles. Le gouvernement a confirmé dernièrement l'octroi du financement supplémentaire de 60 millions de dollars pour les exercices 2007-2008 et 2008-2009. De plus, CBC Television a conclu une entente de six ans pour la diffusion des matchs de la LNH en anglais sur de multiples plateformes, à l'échelle nationale.

Les principaux risques pour 2007-2008 comprennent la consolidation de l'industrie, la baisse des revenus due à leur fragmentation, l'érosion de la part d'auditoire des plateformes de diffusion conventionnelles au profit des plateformes émergentes, les changements en matière de technologie de distribution et les décisions des organismes de réglementation.

ANALYSE DES ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS DE 2006-2007

BILAN

L'encaisse, les quasi-espèces et les placements à court terme ont diminué de 16 millions de dollars par rapport à l'an dernier en raison du paiement anticipé des droits pour les Jeux olympiques de Pékin en 2008 et des paiements versés pour financer le déficit selon principe de la solvabilité du Régime de retraite de CBC|Radio-Canada.

En 2005-2006, les comptes débiteurs comprenaient des factures en souffrance pour les Jeux olympiques de Turin qui ont eu lieu en février 2006, et ces factures ont été payées au cours de l'exercice 2006-2007.

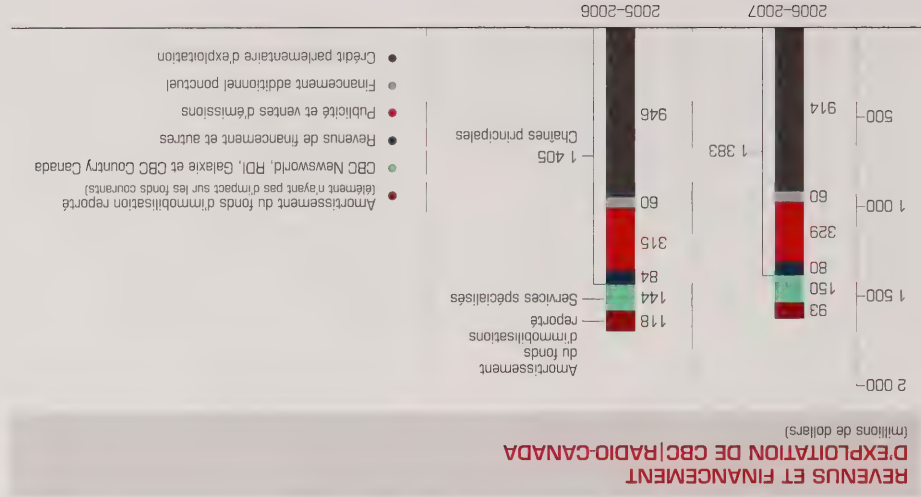
La valeur des immobilisations corporelles a augmenté, principalement en raison du remplacement de l'équipement analogique par du nouvel équipement haute définition et de la modification du taux d'amortissement pour certaines pièces d'équipement technique, du fait de la prolongation de leur durée de vie utile.

La hausse du poste « Passif relié aux employés (à long terme) » reflète les répercussions de l'application des règles à l'égard des avantages sociaux futurs. En vertu de ces règles, le passif relié au Régime de retraite et aux autres avantages sociaux futurs des employés doit être calculé au moyen d'une méthode actualisée.

RÉSULTATS ET BÉNÉFICES NON RÉPARTIS

REVENUS - 2006-2007

Comparativement à l'an dernier, les revenus publicitaires ont connu une légère hausse de quatre pour cent, qui s'explique par plusieurs facteurs. D'une part, cette année, la Télévision de Radio-Canada a généré plus de revenus grâce à la performance remarquable de sa programmation. D'autre part, en 2005-2006, CBC Television avait essayé une perte de revenus importante pendant le lock-out de la Ligue nationale de hockey (LNH) et pendant l'interruption de travail qui avait touché les services anglais, compensée en partie par les revenus générés par les Jeux olympiques d'hiver de Turin. Dans l'ensemble, les réseaux ont atteint à 97 pour cent leurs cibles de revenus publicitaires pour 2006-2007.



Le Régime de retraite de CBC/Radio-Canada est en bonne santé financière. En fait, la dernière évaluation actuarielle en date du 31 décembre 2006 indiquait un excédent selon le principe de la communauté de l'exploitation (fondé sur l'hypothèse que le Régime sera maintenu indéfiniment) de 433 millions de dollars, ainsi qu'un excédent selon le principe de la solvabilité (fondé sur l'hypothèse que l'on met fin aux activités du Régime et que les prestations sont liquidées) de 131 millions de dollars. En vertu de la législation fédérale de l'impôt sur le revenu, le promoteur du Régime, CBC/Radio-Canada, ne peut conserver au Régime avant que l'excédent n'ait été réduit de 77 millions de dollars. Après avoir examiné les différentes options, le Conseil d'administration a approuvé la recommandation de la direction voulant que cette somme de 77 millions de dollars, qui aurait servi normalement aux versements de retraite, soit investie dans la programmation et d'autres

Bien que la Société ne soit pas soumise, comme les sociétés cotées en bourse, aux règles des autorités canadiennes en valeurs mobilières (ACVM), elle a tout de même mis sur pied un projet visant à évaluer la conception et l'efficacité des contrôles internes à CBC/Radio-Canada, et cet examen s'est poursuivi en 2006-2007. Le projet a pour objectif ultime de munir le président-directeur général et le chef de la direction financière des outils adéquats pour vérifier l'efficacité des contrôles internes appliqués aux rapports financiers. Le projet est conforme à l'Avis 52-313 publié par les ACVM en 2006, qui propose d'étendre la portée de la Norme multilatérale 52-109 pour y inclure une disposition obligeant le président-directeur général et le chef de la direction financière à certifier, dans leurs rapports annuels, qu'ils ont évalué l'efficacité des contrôles internes appliqués aux rapports financiers. En 2006, nous avons documenté les processus et les contrôles ayant une incidence sur les rapports financiers et les systèmes TI connexes et reporté les principaux moyens de contrôle dans le cadre de ces processus. Les contrôles internes appliqués aux rapports financiers étaient bien conçus, et nous continuons de vérifier leur efficacité. La documentation et l'évaluation des processus et des contrôles relatifs au projet Vision se limitent à l'état futur des contrôles internes, dont la mise en œuvre est proposée et planifiée dans le cadre du projet. L'évaluation actuelle ne s'applique pas aux contrôles internes actuels des processus relatifs aux contrats des émissions et à la gestion des droits, aux revenus publicitaires, à la programmation et à l'établissement de la grille-horaire, ainsi qu'aux contrôles et aux procédures d'information, puisque ces contrôles et procédures n'ont pas été documentés et évalués en vertu de la portée actuelle de l'examen. En 2002, CBC/Radio-Canada a mis sur pied le **projet Vision**, une initiative de grande envergure visant à mettre en place un système unique et intégré pour la gestion des contrats et du contenu, des stocks d'émissions et des grilles-horaires, de la diffusion et des médias, des revenus, des ventes et du marketing, des autopublicités et de l'analyse du temps d'antenne pour les réseaux de la Télévision en français et en anglais de la Société. Les services de la Radio ne sont touchés que pour le système de gestion des contrats. La Société a investi des fonds et des ressources considérables dans ce projet continu. À la fin de mars 2007, CBC/Radio-Canada utilisait le système pour la gestion d'ARTV et de la chaîne numérique CBC Country Canada, CBC Newsworld et le Réseau de l'information de Radio-Canada (RDI) se sont également convertis à la nouvelle technologie, et la mise en service dans les réseaux principaux de la Télévision de CBC/Radio-Canada est prévue en 2007-2008.

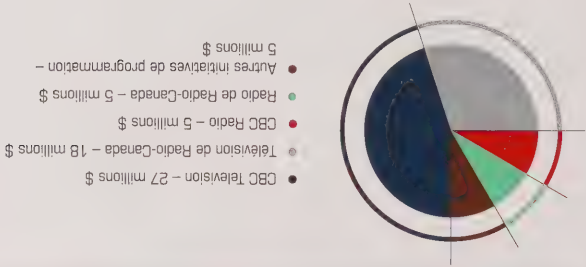
Le programme de **gestion des risques** de CBC/Radio-Canada propose une approche à l'échelle nationale de la gestion des risques intégrée aux processus opérationnels. La responsabilité de la gestion des risques est ainsi partagée entre le Conseil d'administration, le Comité de vérification, la haute direction et les unités opérationnelles. Le Conseil d'administration surveille les principaux risques de CBC/Radio-Canada touchant la gouvernance, approuve les politiques et s'assure que les processus et les systèmes nécessaires sont en place pour gérer les risques de manière efficace. Le Comité de vérification du Conseil s'est vu confier la responsabilité de la gestion des risques, et s'acquie de cette tâche en observant les principaux risques détectés, en discutant avec la direction de la situation découlant de plusieurs de ces risques à chaque réunion et en veillant à ce que la direction mette en place des programmes pour évaluer et tester l'efficacité des systèmes de contrôle interne. La haute direction suit l'évolution des risques et prévient un rapport sur les principaux risques qui touchent CBC/Radio-Canada au Comité de vérification et au Conseil d'administration, recommande des politiques et supervise la production des rapports financiers et les systèmes de contrôle interne. Les communications médias et de soutien répètent et évaluent les risques dans le cadre du plan de gestion qu'elles produisent chaque année, puis élaborent des plans d'action détaillés pour gérer les principaux risques et veillent à leur mise en œuvre. On utilise des définitions et des critères d'évaluation normalisés pour hiérarchiser les risques selon des scores proportionnels aux répercussions et à la probabilité des risques en question. Les risques les plus importants recensés en 2006-2007 comprenaient les exigences en matière de financement du déficit du fonds de pension selon le principe de la solvabilité, l'incertitude concernant le montant du financement dont CBC/Radio-Canada peut s'attendre du gouvernement dans les prochaines années, la baisse des revenus due à leur fragmentation, la concurrence de plus en plus féroce et l'érosion des parts d'audience, les changements technologiques touchant la distribution et la possible perte des droits de diffusion des sports professionnels. Plusieurs de ces risques ont été atténués ou éliminés. En effet, au 31 décembre 2006, le Régime de retraite de

ÉTATS FINANCIERS >>

BILAN DES ACTIVITÉS EN 2006-2007

En 2006-2007, le Budget principal du gouvernement incluait un financement ponctuel supplémentaire de 60 millions de dollars pour soutenir les initiatives en matière de programmation.

DISTRIBUTION DU FINANCEMENT PONCTUEL
DE 60 MILLIONS DE DOLLARS DE 2006-2007
(millions de dollars)



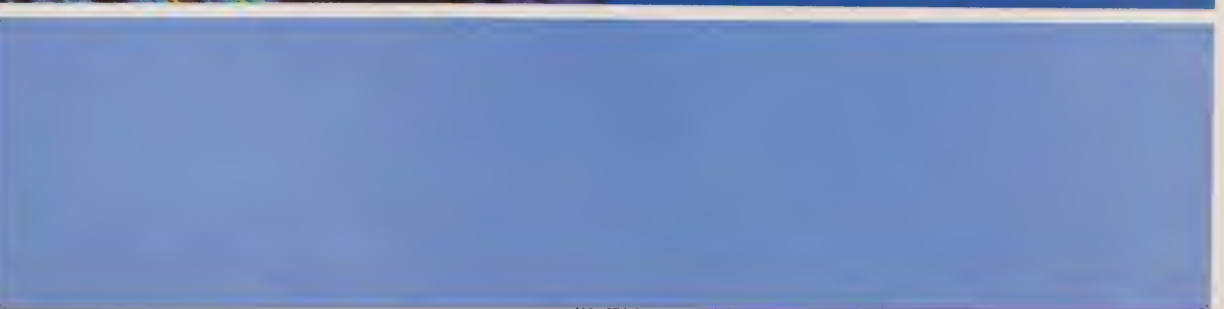
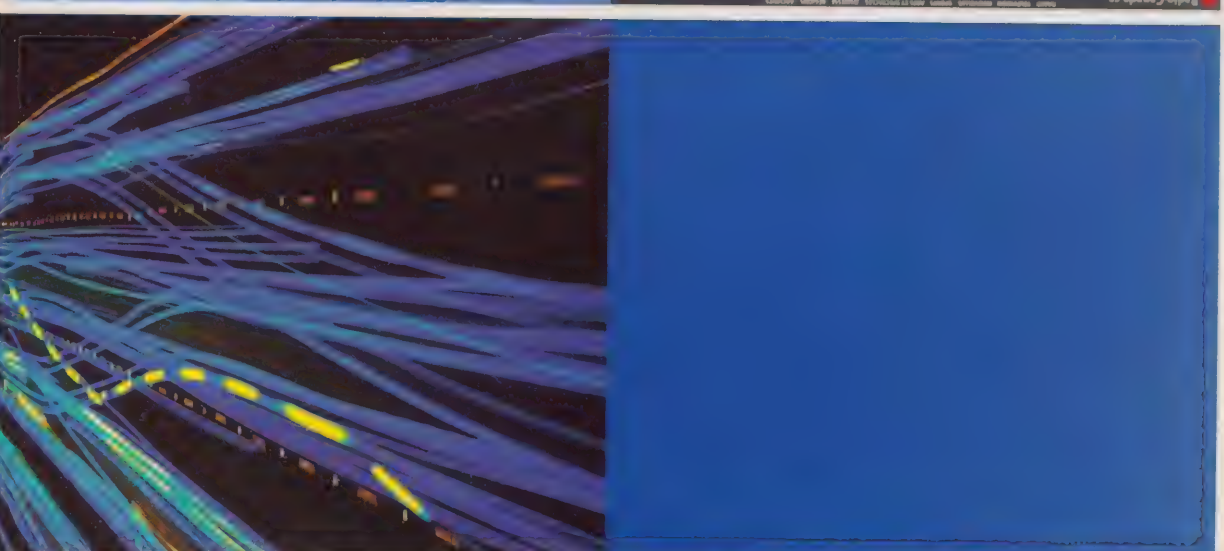
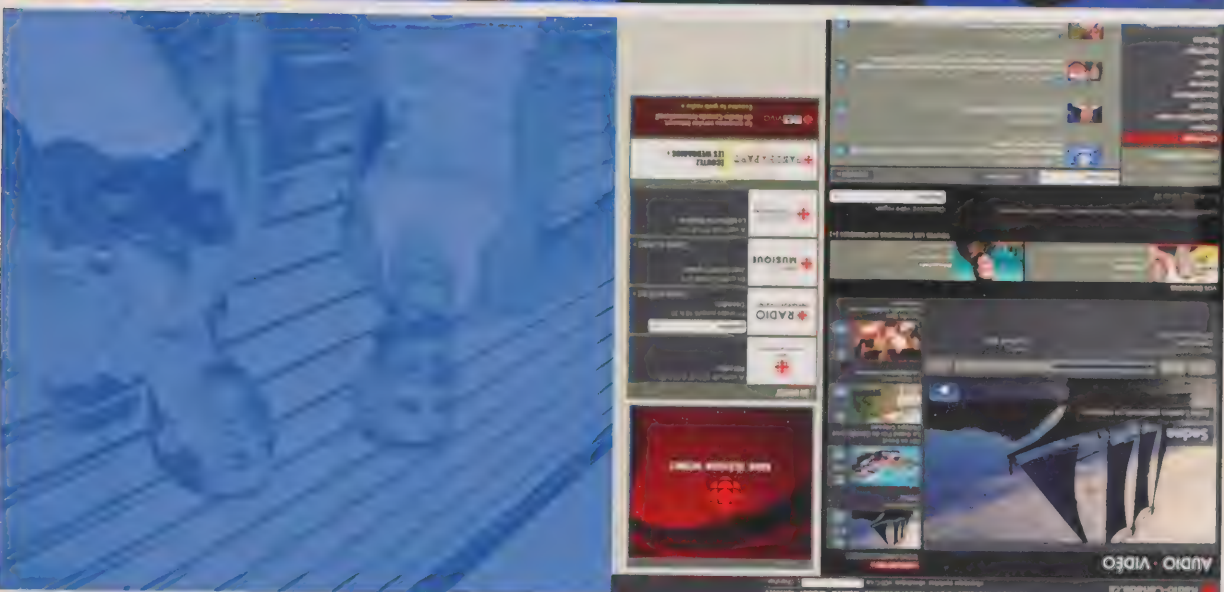
En mai 2006, CBC/Radio-Canada et Corus Entertainment Inc. ont conclu une entente qui permet à la Société d'acquérir 53 pour cent des parts de Corus Entertainment dans The Documentary Channel. Avec les 29 pour cent que la Société détient déjà, elle obtient ainsi une participation majoritaire et le contrôle de la chaîne. L'entente est conditionnelle à l'approbation réglementaire du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), qui est attendue à l'automne 2007. L'Office national du film du Canada détient toujours une part de 14 pour cent dans la chaîne, tandis que 3366341 Canada Inc., Barra-Alper Productions Inc., CineNova Productions Inc. et Omni Film Productions Ltée se partagent les quatre pour cent restants. La diffusion de documentaires est un élément essentiel du mandat de CBC/Radio-Canada, et The Documentary Channel produit des documentaires de longue durée. En conséquence, cette entente offre à la Société l'opportunité d'améliorer davantage le profil de la programmation de documentaires au Canada et de la rendre plus accessible, au moment même où l'intérêt du public pour ce genre croît de façon exponentielle.

CBC/Radio-Canada à Vancouver est le deuxième centre de production en importance de langue anglaise de CBC/Radio-Canada, et on y a tissé des liens serrés avec la collectivité de cette ville. CBC/Radio-Canada a mis en branle le projet de réaménagement de Vancouver, afin d'offrir aux employés un milieu de travail plus dynamique, plus créatif, et de favoriser une collaboration plus étroite pour continuer de présenter à nos auditoires une programmation distinctive et de qualité sur toutes les plateformes offertes par la Société, en anglais et en français. La construction a débuté, et l'achèvement des travaux est prévu à l'automne 2009. Dans le cadre de ce projet, CBC/Radio-Canada a vendu la densité inutilisée du terrain à un promoteur immobilier qui en fera des immeubles en copropriété, et le produit de la vente financera en partie le réaménagement. Les conditions de la vente ne sont pas encore entièrement exécutées et, conformément à ligne directrice 3475.35 de l'ITCCA, la note 7B afférente aux états financiers consolidés précise que ce bien immobilier doit être déclaré comme étant détenu pour la vente dans la catégorie des actifs à long terme.

En 2006-2007, **CBC/Radio-Canada à St. John's (Terre-Neuve-et-Labrador)** a entrepris un projet de consolidation visant à optimiser l'utilisation de l'espace et à intégrer les activités des médias pour améliorer la gestion des processus l'ancien immeuble de la Radio à St. John's.

À la fin de l'exercice, **Sirius Canada Inc.**, dans laquelle la Société a une participation, avait considérablement dépassé les prévisions de son plan d'affaires. À la fin de mars 2007, le fournisseur de services de radio par satellite comparait plus de 300 000 abonnés. En février 2007, Sirius Satellite Radio Inc. et XM Satellite Radio Inc. ont annoncé une fusion qui donnera naissance aux États-Unis à une société d'une valeur de 13 milliards de dollars détenue en parts égales par leurs actionnaires. Il est encore trop tôt pour mesurer l'impact de cette fusion sur les sociétés canadiennes de diffusion par satellite, mais la Société surveille de près la situation.

On prévoit affecter à l'infrastructure de production plus de la moitié du budget d'immobilisations de CBC/Radio-Canada pour les trois prochaines années, soit environ 160 millions de dollars. Parmi les initiatives majeures, mentionnons le remplacement de l'équipement analogique devenu désuet par de l'équipement répondant aux normes numériques, le remplacement de matériel périmé pour la production d'émissions de télévision par de l'équipement haute définition, la modernisation des installations de production de la Radio, la mise en œuvre d'un nouveau système de radiotique et la généralisation des systèmes de vidéotique. La radiotique et la vidéotique facilitent la production et la diffusion d'émissions au moyen de logiciels spécialisés compatibles avec un ordinateur de bureau et un serveur.





ÉTATS FINANCIERS

Copyright © 2001 by John Wiley & Sons, Inc.

appelés personnes afin de favoriser le respect de la vie privée, mais en place un programme plus étroit

ORGANISATIONNELLES

[Faint, illegible text]





TECHNOLOGIES

CBC | Radio-Canada continue d'investir dans la technologie de pointe pour augmenter l'efficacité et la qualité de ses processus de production et d'exploitation.

TÉLÉVISION NUMÉRIQUE ET HAUTE DÉFINITION

Les émetteurs HD de CBC | Radio-Canada permettent de diffuser des services numériques et haute définition à Montréal, Toronto, Québec, Vancouver et Ottawa. Cette année, nous avons mis en fonction trois nouveaux studios haute

définition à Toronto et à Montréal. Trois autres studios seront en service d'ici l'automne 2007.

Le service de souscription vidéo de CBC Television répond à la demande croissante de contenu offert sur de nouvelles plateformes numériques grâce aux ventes aux partenaires de distribution.

DIVISION DES CARS DE REPORTAGE

La Division des cars de reportage s'assure que les équipes de programmation ont accès au matériel dont elles ont besoin. Cette division gère aussi des revenus qui seront investis dans la programmation en mettant en marche la capacité excédentaire. Cette année, un deuxième car de reportage haute définition a été construit pour la couverture des séries éliminatoires de hockey de 2007.

TECHNOLOGIES

L'an dernier, les Technologies de CBC Television ont commencé à implanter de nouvelles technologies de télécommunications et de diffusion qui généreront 3,3 millions de dollars d'économies annuelles. Cette année, le Projet d'optimisation des relais de distribution a créé des économies de 6,3 millions de dollars pour nos réseaux de télévision, ce qui représente 1,1 million de dollars d'économies de plus que l'an passé. La Division a augmenté ses revenus liés à la transmission d'un million de dollars en louant des espaces sur les pylônes, les émetteurs et dans les immeubles de la Société. La Division a aussi renouvelé un contrat de services de transmission sur ondes courtes avec un radiodiffuseur d'outre-

mer qui lui rapporte quelque 620 000 dollars par année.

En réponse à une demande du CRTC, CBC | Radio-Canada a élaboré un plan pour la mise en place de services d'alerte d'urgence mettant à profit nos tours de transmission situés partout au pays ainsi que des génératrices auxiliaires, dans le but d'informer les Canadiens en cas de catastrophes telles que les graves perturbations météorologiques. En février 2007,

Photo page 52, en haut à gauche : Daniel Lessard. Les coulisses du pouvoir. Télévision de Radio-Canada.

MARCHANDISAGE

Cette année, le Centre canadien de radiodiffusion à Toronto a reçu un second certificat d'excellence en gestion immobilière de la Building Owners and Managers Association (BOMA) du Grand Toronto pour sa gestion efficace de l'édifice. La Maison de Radio-Canada à Montréal a reçu la certification « Viser vert plus » pour ses pratiques environnementales. De plus, l'immeuble du 181, rue Queen, à Ottawa, a remporté le prix TOBY (Office Building of The Year) de la Building Owners and Managers Association.

CBC | Radio-Canada est l'une des marques les plus reconnues au pays. La Division du marchandisage, créée en 2002, tire des revenus de l'octroi de licences, de la vente et de la distribution de CD, DVD, téléchargeements numériques, livres, vêtements et marchandises autorisées sous licence de CBC | Radio-Canada sur les marchés national et international. En 2006-2007, les revenus de la Division se sont chiffrés à plus de 10 millions de dollars. On peut trouver ces marchandises à l'adresse boutiqueradio-canada.ca.



EN COULISSES →

Offre des milliers d'heures de programmation à l'échelle nationale et internationale. Les programmes du CBC Radio Canada parviennent à travers chaque jour de l'année.

boutique
boutiqueradio-canada.ca



SECTION IMMOBILIERE

La Division immobilière a pour mission de tirer un maximum de revenus de la vente ou de la location des immobilisations excédentaires, et de faire des économies en gérant efficacement les biens immobiliers de CBC/Radio-Canada. De cette façon, la Division dégage des fonds qui peuvent être investis dans la programmation et s'assurer que tous les secteurs de la Société disposent des installations nécessaires à leur travail.

En 2006-2007, CBC/Radio-Canada a totalisé des revenus supplémentaires, des économies et des coûts évités de plus de 22,3 millions de dollars.

Les mesures écoénergétiques, l'examen des coûts, les contrôles de location, les consolidations et les renégociations de contrats ont généré des économies et des coûts évités de 12,4 millions de dollars. La vente des espaces excédentaires a rapporté 4,6 millions de dollars. La location des actifs et les autres revenus ont rapporté, quant à eux, 5,5 millions de dollars.

Parmi les faits saillants opérationnels, mentionnons la consolidation des médias et la modernisation des espaces à St. John's et à Vancouver afin d'intégrer les services et les salles de nouvelles de la Radio, de la Télévision et des Nouveaux Médias, de façon à maximiser l'efficacité.

L'utilisation des actifs à Montréal et à Toronto, nous travaillons en collaboration avec le personnel pour trouver des solutions innovatrices afin d'augmenter la fonctionnalité de nos espaces. À Toronto, nous faisons l'étude d'une nouvelle approche pour l'utilisation de l'espace dans le but d'améliorer et de moderniser l'espace de travail du personnel. Nous prévoyons que les travaux ultérieurs pourront s'autofinancer grâce à la location de l'espace excédentaire. À Montréal, plus de 1 200 employés ont répondu à un sondage sur leurs priorités en matière d'utilisation de l'espace. Un processus de consultation similaire se fait auprès de la

La Société a financé le contexte de contraintes budgétaires, de hausse constante des coûts de production, de la concurrence et de forte concurrence. CBC/Radio-Canada réévalue continuellement ses approches commerciales et ses technologies de production afin de réaliser des économies et de tirer profit de ses actifs, tout cela dans le but de pouvoir réinvestir dans la programmation.

Depuis 2000-2001, sur une base ponctuelle, nous avons réalisé des économies de productivité et des augmentations de revenus de l'ordre de 120 millions de dollars et, sur une base constante, nous avons généré des économies et des revenus de 78 millions de dollars par an. Nous gardons le cap sur notre priorité stratégique, qui consiste à démontrer CBC/Radio-Canada est une entreprise bien gérée et à produire des revenus qui seront réinvestis



→ Cette année, La Télévision de Radio-Canada a intégré mieux que jamais le reflet des innombrables perspectives et particularités régionales à ses services de nouvelles et d'information.

→ Espace musique offre aux auditoires un lieu radiophonique diversifié, grâce à des partenariats avec des événements issus des communautés culturelles comme Le Festival du monde arabe ou encore Nuits d'Afrique, à la création artistique et au soutien actif de la relève avec des initiatives comme *Sacré talent* !

La réalisation annuelle de plus de 30 projets transculturels impliquant les médias français et anglais contribue à créer des synergies et à favoriser des échanges fructueux entre médias. De plus, ces initiatives permettent de rapprocher les communautés et d'en faire connaître les réalités respectives.

Depuis 70 ans, CBC/Radio-Canada joue un rôle central dans les communautés qu'elle sert. Nous plongeons chaque jour au cœur de la vie canadienne, et notre programmation n'est qu'un exemple de cette réalité. Nos émissions sont le fruit d'une collaboration active à des centaines d'événements sur la scène locale, comme des festivals, des concours artistiques ou littéraires, et des collectes de fonds et ce, d'un bout à l'autre du pays. Durant la période des fêtes 2006 seulement, CBC/Radio-Canada a amassé des dons en argent et en dettes totalisant plus de 2,5 millions de dollars pour des collectivités locales.

Au cours des dernières années, nous avons cherché à nous ancrer encore davantage dans la vie communautaire et à favoriser la collaboration, le partage des ressources et l'efficacité au sein de notre effectif en regroupant toutes nos composantes médias sous un même toit, dans trois villes : Edmonton, Québec et Ottawa. Inspirés par ce succès, nous avons amorcé cette année le regroupement de nos installations de Vancouver et de St. John's et nous envisageons des projets semblables de regroupement des composantes médias dans d'autres locales.

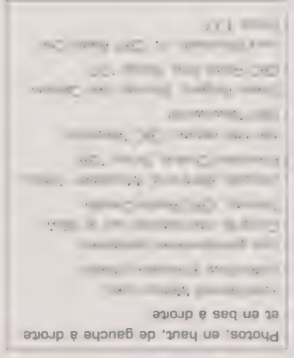
Nous continuerons à forger des partenariats stratégiques en vue de toucher un plus grand nombre de Canadiens et d'élargir la gamme des services que nous leur offrons. Nous resterons également à l'écoute des citoyens de partout au pays afin de resserrer les liens qui nous unissent à nos auditoires et de leur proposer des émissions qui ont leur raison d'être.



émission le dimanche après-midi à l'intention des auditeurs de chacune des grandes régions du pays. La formule consiste à allier le besoin d'information des citoyens nouvelles, circulation, météo) à une programmation musicale, afin de pouvoir à la fois divertir les auditeurs et leur ouvrir de nouveaux horizons.

Pour rendre compte de la diversité du Canada moderne à l'écran et en coulisses, nous nous sommes lancés dans un certain nombre d'initiatives, telles que :

- Au début de 2007, la fusion des programmes sur la diversité de (CBC) Television *Express Diversity*, de (CBC) Radio *(Diversity: Reflecting Canada Today)* et des Ressources humaines a permis la création du programme *Diversity Advantage*. (Cela-ci décrit les projets stratégiques et les efforts de collaboration visant à faire de (CBC) Radio et (CBC) Television les plateformes les plus pertinentes pour le public le plus diversifié de l'histoire du pays. Les prochaines étapes de ce plan comprennent des stratégies qui touchent le recrutement du personnel, la programmation, les relations avec les collectivités, l'autopublicité et la croissance de l'auditoire. Sur le plan des services régionaux, les salles de nouvelles évoluent de façon à mieux refléter la diversité visible et audible du public, tandis que sur le réseau national, les secteurs de la production des émissions culturelles et des documentaires donnent de la formation et offrent un service de mentorat à l'attention de nouveaux auteurs et réalisateurs venant de milieux variés. Des mesures permettent d'évaluer notre capacité à refléter la réalité des minorités visibles, des peuples autochtones et des personnes handicapées dans notre programmation. (CBC) Radio et les Ressources humaines travaillent à établir un plan conjoint pour augmenter le contenu autochtone et le maintien de ces efforts.
- La réorientation de (CBC) Radio 2, dans un souci de donner une image fidèle de la musique et des musiciens canadiens à un auditoire adulte, se veut une initiative pour favoriser la diversité des artistes et des choix musicaux, tout en continuant de répondre aux attentes des auditoires assidus de musique classique et de jazz.
- La réalisation annuelle de plus de 30 projets transculturels impliquant les médias français et anglais contribue à créer des synergies et à favoriser des échanges fructueux entre médias. De plus, ces initiatives permettent de rapprocher les communautés et d'en faire connaître les réalités respectives. Ces projets peuvent prendre la forme d'émissions spéciales produites autour d'un thème particulier. À titre d'exemple, l'émission spéciale du gala du *Panthéon des auteurs et compositeurs québécois*, qui rend hommage aux auteurs-compositeurs francophones et anglophones du Canada, est diffusée par Espace musique et par (CBC) Radio 2 et fait appel à des amateurs des deux réseaux. Parmi les autres initiatives d'importance cette année, mentionnons *Hockey : la fièvre d'un peuple*, la minisérie *René*, la production et la diffusion de la version anglaise de séries dramatiques de Radio-Canada et la programmation artistique, notamment une coproduction conjointe de la tournée des Prix du Gouverneur général pour les arts de la scène.



Photos, en haut, de gauche à droite et en bas à droite



REFLET RÉGIONAL, DIVERSITÉ ET SERVICES AUX COMMUNAUTÉS ➡

À titre de radiodiffuseur public national, CBC | Radio-Canada crée et diffuse des émissions de grande qualité, qui sont à l'image des différences régionales de notre pays, de sa diversité croissante et de sa culture en constante évolution, tout en maintenant un ancrage solide dans la vie communautaire. Toutes ces réalisations sont dans le droit fil des priorités stratégiques de la Société.

CBC | Radio-Canada investit dans les régions grâce à ses journalistes, présents dans près de 70 localités canadiennes, qui vont au cœur de la nouvelle et se font les témoins de la réalité locale et régionale qui touche de près les auditoires. La Société fait appel à des personnalités issues de la scène locale pour présenter leur point de vue aux citoyens disséminés aux quatre coins du pays et leur permettre ainsi de tisser des liens entre eux.

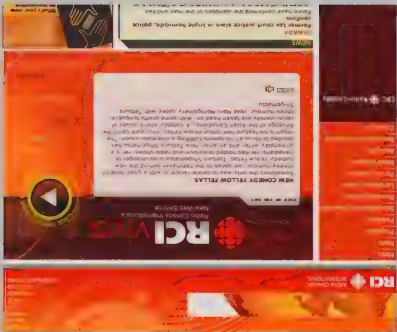
CBC | Radio-Canada est le seul radiodiffuseur canadien à diffuser en français et en anglais d'un océan à l'autre, dans huit langues autochtones dans le Nord, dans neuf langues à l'échelle de la planète par l'intermédiaire de Radio Canada International, et dans huit langues au réseau RCI viva à l'intention des nouveaux et des futurs Canadiens.

Nous évaluons constamment nos émissions pour faire en sorte qu'elles répondent aux attentes des Canadiens, et faisons place à l'innovation et à l'amélioration dès que le financement le permet. Par exemple, en janvier 2007, CBC Television a lancé neuf émissions de service régionales de jour à la grandeur du pays, chacune visant à explorer et à mettre en valeur les diverses communautés et à favoriser l'amélioration de la qualité de vie en région pour les Canadiens. Cette année, CBC Radio a ajouté 500 heures de programmation locale à sa grille-horaire, en remodelant sa formule des émissions de fin d'après-midi de manière à tenir compte des différents besoins des différentes villes. Pour compléter la couverture culturelle des téléjournalaux régionaux, la Télévision de Radio-Canada a diffusé sur son réseau, en direct d'Ottawa, un magazine consacré à la vie culturelle d'un bout à l'autre du pays, *Air circuit*. Depuis l'automne 2006, la Première Chaîne diffuse une nouvelle

Photos page 48, de haut en bas : 49th and Main, CBC Television. Francoeur, Serge Bouchard, Première Chaîne, Sirius 138. Des idées plein la tête, Les grands-mères solidaires, Congrès international sur le SIDA, Toronto, CBC | Radio-Canada.



RADIO CANADA INTERNATIONAL➡



➡➡ ANALYSE DE LA DIRECTION

Radio Canada International (RCI), le service international de radio de CBC|Radio-Canada, diffuse dans neuf langues sur Internet, sur ondes courtes en mode numérique et analogique, par satellite, et par l'entremise de quelque 400 stations partenaires partout dans le monde.

RCI

BUTS POUR 2006-2007

RCI

RÉALISATIONS DE 2006-2007

➡ Offrir une programmation conçue pour les nouveaux arrivants en vue de mieux faire connaître le Canada, ses valeurs, et sa vie sociale, économique et culturelle.	➡ Enrichissement des émissions dans les langues communes à RCI et à ces communautés: ➡ Diffusion de RCI plus sur Sirius, chaîne 188. ➡ Lancement de RCI viva, le nouveau service Internet de RCI, destiné aux personnes qui viennent d'immigrer ou qui veulent immigrer au Canada.	➡ Considérer les partenariats avec les stations de radio locales à l'étranger.	➡ Coproductions avec : Radio Cadena Nacional (Colombie) et Zone libre; Radio Netherlands à Cuba; La Radio Nacional de Argentina; Radio Cultura de Sao Paulo au Brésil; Radio Oxyennes à Dakar au Sénégal; quatre stations en Chine (China National Radio, Chongqing Radio, Radio Beijing et Hainan). ➡ 400 stations partenaires rediffusent les contenus de RCI dans le monde.	➡ Utiliser les technologies émergentes pour toucher de nouveaux auditoires.	➡ Les émissions de RCI sont maintenant disponibles en baladodiffusion.
--	--	--	---	---	--

RCI : ORIENTATION FUTURE

POUR SUIVRE LA MISSION DE RCI DANS LE MONDE.

AIDER RCI VIVA À PRENDRE RACINE CHEZ LES COMMUNAUTÉS CULTURELLES DU CANADA EN ENRICHISSANT LA NOUVELLE PROGRAMMATION; EN FAISANT CONNAÎTRE D'AVANTAGE RCI VIVA; ET EN ENCOURAGEANT LES NOUVEAUX TALENTS ISSUS DE CES COMMUNAUTÉS.

CBC| RADIO-CANADA SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE

CBC|Radio-Canada a pour mission de faire connaître les valeurs, la culture ainsi que la vie sociale et économique du Canada sur la scène internationale. Cette année, en plus de diffuser sa programmation par Radio Canada International et RCI viva, CBC|Radio-Canada a aidé les radiodiffuseurs publics de pays en développement en offrant un programme de support stratégique à la Broadcasting Corporation of the Bahamas, de la formation en radiodiffusion publique en Haïti et en Algérie ainsi que des cours en déontologie journalistique (République démocratique du Congo), en couverture d'élections (Haïti, Côte d'Ivoire) et en journalisme et santé pour les radiodiffuseurs publics qui participaient au Congrès international sur le SIDA à Toronto.



AUGMENTER LE NOMBRE D'ABONNÉS GRÂCE À DE NOUVELLES PLATEFORMES ET AU RENOUVELLEMENT DES CONVENTIONS D'AFFILIATION QUI VIENNENT À EXPIRATION

APPORTER DES AMÉLIORATIONS AU SERVICE QUI PEUVENT PRODUIRE DES BÉNÉFICES FINANCIERS À L'ÉCHÉANCE

ATTIRER DE NOUVEAUX AUDITEURS GRÂCE AU LANCEMENT D'UN SERVICE INTERNET ET À LA DIFFUSION DE MUSIQUE SUR DE NOUVELLES PLATEFORMES.

ÉTENDRE LE MANDAT FINANCIER DE LA MUSIQUE DE FOND POUR CONTINUER À OFFRIR UNE PROGRAMMATION DE GRANDE QUALITÉ ET ASSURER LA DURABILITÉ FINANCIÈRE DE GALAXIE

ÉVALUER L'IMPACT

GALAXIE : ORIENTATION FUTURE

→ Optimiser et assurer la rentabilité à long terme de Galaxie.	→ Galaxie est offert à près de six millions d'abonnés, et jusqu'à 51 % d'entre eux utilisent le service au moins une fois par mois.
→ On a mis sur pied un service à large bande, dont on prépare le lancement avec plusieurs partenaires.	→ La pénétration du marché des clients commerciaux a augmenté.
→ Le dernier sondage indique que les niveaux de satisfaction à l'égard de Galaxie dépassent régulièrement 90 %.	→ On a créé des chaînes en langues étrangères qui seront lancées en 2007.
→ Positionner Galaxie comme le premier service de programmation audio au Canada et comme la société de production de référence pour les créateurs musicaux spécialisés.	→ Appuyer le mandat du radiodiffuseur public en matière de culture en faisant la promotion de la marque et des valeurs de CBC/Radio-Canada.
→ Les niveaux de contenu canadien de l'ensemble des chaînes de Galaxie atteignent constamment 35 % ou plus.	→ L'accent est mis sur les artistes de la relève par l'entremise des Prix Étoiles Galaxie, dans le cadre du Fonds de développement des talents canadiens.

GALAXIE BUTS POUR 2006-2007

GALAXIE RÉALISATIONS DE 2006-2007

GALAXIE →





Photo à droite :
Normand Brathwaite.
Le match des étoiles.
Télévision de Radio-Canada.

SERVICES FRANÇAIS BUTS POUR 2006-2007

SERVICES FRANÇAIS RÉALISATIONS DE 2006-2007

À L'AVANT-GARDE DES NOUVELLES TECHNOLOGIES

→ Rester à l'avant-garde en nouvelles technologies.

→ Depuis l'automne 2006, près de 30% des émissions diffusées en heures de grande écoute à la Télévision de Radio-Canada sont en haute définition, faisant du radiodiffuseur public le plus important producteur francophone d'émissions HD au pays.

FINANCES

→ La Télévision de Radio-Canada veut investir 82 % de ses ressources financières dans ses émissions.

→ La Télévision de Radio-Canada et le RDI projettent d'atteindre la cible de 120 millions de dollars de revenus de ventes publicitaires.

→ Maintenir l'enveloppe réservée aux Services français de CBC/Radio-Canada au Fonds canadien de Télévision au niveau des années précédentes (environ 23 millions de dollars).

→ L'enveloppe s'est élevée à 25,2 millions de dollars.

→ But atteint.

→ But atteint.

SERVICES FRANÇAIS : ORIENTATION FUTURE

PRIORITÉ STRATÉGIQUE : CONTINUER À OFFRIR UNE PROGRAMMATION NOUVELLE, RASSEMBLEUSE, HAUTEMENT DISTINCTIVE ET DE GRANDE QUALITÉ.

→ Renforcer le positionnement de la Télévision de Radio-Canada.

→ Poursuivre la stratégie de développement de la Radio de Radio-Canada.

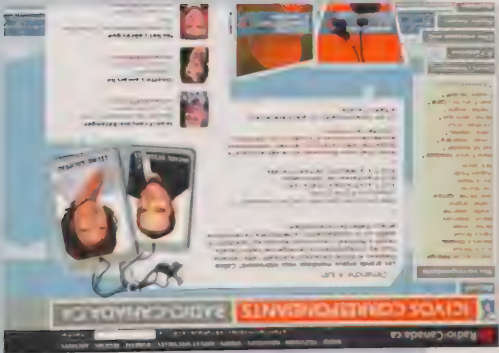
→ Présenter une offre Web inédite et novatrice.

→ Consolider l'ancrage régional de Radio-Canada.

→ Faire revivre la marque Radio-Canada Sports.

→ Renforcer l'impact de Radio-Canada en information.

→ Offrir des projets intermédias qui misent sur la force du groupe, tant à l'échelle nationale que régionale.



SERVICES FRANÇAIS RÉALISATIONS DE 2006-2007

- Le niveau atteint est de 50 %.
- Depuis l'automne 2006, la Première Chaîne propose un nouveau rendez-vous le dimanche après-midi pour chacune des grandes régions du pays.
- Une part significative des concerts captés par Espace musique le sont en région. En effet, 70 % des 108 concerts enregistrés à l'été 2006 l'étaient en région. L'espace musical est composé à 30 % d'auditeurs vivant à l'extérieur du Québec et de 67 % vivant à l'extérieur de la région de Montréal.

- La Télévision de Radio-Canada a développé une approche des publics enfants et jeunesse qui s'appuie sur leurs intérêts, disponibilités et besoins selon les groupes d'âge. À signaler : deux nouvelles émissions jeunesse destinées aux adolescents, soit *Kik-Kif*, un téléroman quotidien, et *Les pieds dans la marge*, un magazine hebdomadaire d'humour.
- *Sacré talent!*, sur les ondes d'Espace musique, fait découvrir à chaque mois un chanteur francophone de la relève. L'émission s'est associée l'automne dernier à *L'heure de gloire*, la nouvelle émission de chanson animée par René Simard à la Télévision de Radio-Canada qui présente une prestation de l'artiste *Sacré talent!* du mois.
- 310 concerts et spectacles enregistrés.

- La Radio de Radio-Canada doit viser l'enregistrement de 350 concerts et spectacles

SERVICES FRANÇAIS BUTS POUR 2006-2007

- La Radio de Radio-Canada doit maintenir son niveau d'investissement régional en production de 45 %.

- Poursuivre la mise en place de la stratégie jeunesse.

- Élargir le rayonnement du talent musical canadien sur toutes nos plateformes.

- La Radio de Radio-Canada doit viser l'enregistrement de 350 concerts et spectacles



Photos page 42, de haut en bas :
La galerie, Télévision de Radio-Canada.
Carole Trahan, Espace musique.
Photo à droite :
Les pieds dans la marge,
Télévision de Radio-Canada.

SERVICES FRANÇAIS
RÉALISATIONS DE 2006-2007

SERVICES FRANÇAIS
BUTS POUR 2006-2007

→ Renforcer l'information sur nos antennes. (Suite)

UNE INFORMATION CRÉDIBLE ET DE QUALITÉ (SUITE)

→ Radio-Canada.ca offre la possibilité de réécouter la grande majorité des émissions d'information et d'affaires publiques de la Radio et de la Télévision de Radio-Canada dans la nouvelle section de Radio-Canada sur demande.

→ Bonifier notre programmation culturelle.

UNE PROGRAMMATION CULTURELLE RICHE ET DIVERSIFIÉE

→ Christine Charette, de retour à la Première Chaîne, offre aux auditeurs un nouveau talk-show de culture et de société. La Première Chaîne poursuit également la diffusion de grandes séries et d'émissions de réflexion dans son créneau de fin de soirée.

→ En juin 2006, les Services français procédaient à la première phase de l'intégration de tous les services régionaux de la Radio, de la Télévision et sur Internet, sous une seule direction générale. Cette restructuration a pour objectif premier de renforcer l'ancrage régional de Radio-Canada grâce à la mise en valeur des expertises et des réalités régionales dans les programmes nationales ainsi que l'amélioration des services aux publics régionaux. La première mission de cette nouvelle direction a été le développement d'un plan stratégique dont les impacts pourront vraiment être mesurés à compter de l'automne 2007.

ANCRÉ DANS LES RÉGIONS

→ La Télévision de Radio-Canada doit produire une moyenne annuelle hebdomadaire de sept heures d'émissions régionales au réseau.



SERVICES FRANÇAIS BUTS POUR 2006-2007

SERVICES FRANÇAIS RÉALISATIONS DE 2006-2007

- Les parts d'auditoire combinées étaient de 15,2 % à l'automne 2006. Les objectifs ont été dépassés au printemps 2007 avec 16,7 % de parts d'auditoire combinées
- *Radio-Canada.ca* demeure parmi les sites Web médias francophones les plus visités au pays. Entre avril et décembre 2006, le site a attiré en moyenne 1,5 million de visiteurs uniques chez les francophones ayant accès à Internet à la maison (comscore Media Metrix), une hausse de 2 % par rapport à l'an dernier. Le site a brisé un record de fréquentation avec 1 974 000 visiteurs uniques (soit 37,5 % des internautes francophones au foyer).

- En juin 2006, les services de l'information ont été intégrés avec l'objectif de s'assurer que les stratégies, les orientations éditoriales et les grandes opérations viennent enrichir la crédibilité et la qualité de l'information à Radio-Canada, dans le respect de la personnalité des chaînes.
- Depuis l'automne 2006, la Télévision de Radio-Canada offre un nouveau rendez-vous d'information avec *Le téléjournal/Matin*, diffusé du lundi au vendredi à 8 h.
- Depuis août 2006, RDI change le rythme et offre une programmation d'information continue en direct. Sous la houlette de nos trois chefs d'antenne, nos équipes journalistiques de partout au pays ajoutent à notre force inégalable qui a fait du RDI la source d'information à toute heure du jour en français.
- La Première Chaîne présente une version renouvelée de l'émission *Désautels*, diffusée sur le marché montréalais entre 15 h et 17 h, pour s'élargir ensuite à l'ensemble du réseau.

UN ÉMISSIONNÉ
BLE ET DE
nos antennes.
Renforcer l'information sur

UN ÉMISSIONNÉ
EMBLEUR
combinées pour la Première Chaîne et
Espace musique entre 14 % et 16 %.



SERVICES FRANÇAIS➔➔

Les Services français de CBC/Radio-Canada comprennent la Télévision de Radio-Canada, le Réseau de l'information de Radio-Canada (RDI), la Première Chaîne, Espace musique, Bande à part, Radio Canada International (RCI), RCI viva, et *Radio-Canada.ca*. Tous ces services relèvent du vice-président principal des Services français. Cette approche intégrée facilite le développement d'une vision globale des Services français reconnaissant les atouts individuels et le caractère distinctif de chaque composante média tout en ayant à cœur un objectif commun, celui d'améliorer la vie culturelle et démocratique des Canadiens. La Société est aussi un partenaire d'ARTV et de TV5Monde.

Tous nos Services français sont décrits en détail aux pages 14-15.

SERVICES FRANÇAIS
BUTS POUR 2006-2007

SERVICES FRANÇAIS
RÉALISATIONS DE 2006-2007



Photo :
Michel Cormier,
Télévision de Radio-Canada,
CBC News.

UNE VISION
GLOBALE

➔ Intégrer nos services afin d'offrir notre offre sur toutes les plateformes et d'assurer une gestion cohérente et responsable de nos activités.

➔ Plusieurs projets intermédias ont été présentés avec beaucoup de succès. Par exemple, *La semaine verte*, la populaire émission de télévision dédiée à l'environnement, à l'alimentation, à l'agriculture, à la pêche et aux forêts est aujourd'hui présente à la Première Chaîne et sur *Radio-Canada.ca*. Plusieurs services administratifs ont été intégrés dont les Finances, l'exploitation et les Communications, afin d'assurer une meilleure cohérence.

UN DIFFUSEUR
PUBLIC
RASSEMBLEUR

➔ Atteindre la note de 6,7 sur 10 pour l'appréciation de la programmation de la Télévision de Radio-Canada.
➔ Obtenir des parts d'auditoire combinées pour la Télévision de Radio-Canada et le RDI entre 15 % et 20 %.

➔ La note obtenue est de 6,6 sur 10. Les parts d'auditoire combinées sont de 15,9 %.

CBC.CA : ORIENTATION FUTURE

ACCROÎTRE LE TRAFIC SUR CBC.CA EN SE CONCENTRANT SUR LES ATOUTS FONDAMENTAUX : UN CONTENU PERTINENT ET POPULAIRE.

METTRE EN ŒUVRE WEB 2.0 ET MEDIA PLAYER

- Accroître le nombre d'émissions de la Télévision et de la Radio qui peuvent être visionnées en continu sur le Web.
- Continuer de perfectionner les méthodes pour cibler et mesurer le public de CBC.ca
- Permettre au public de participer davantage au site de CBC.ca grâce à des commentaires, à des votes et à la soumission de contenu.

ADAPTER LES DÉROGÉS

CONSTRUIRE LE DÉVELOPPEMENT ET LA MISE EN ŒUVRE D'UNE STRATÉGIE MULTIMÉDIATIQUE

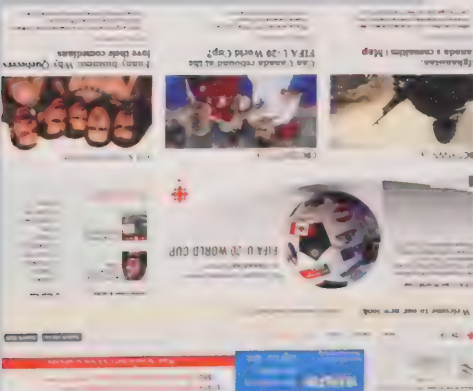
ACCROÎTRE LA STABILITÉ ET LA FIABILITÉ DU SITE.

CBC.CA BUTS POUR 2006-2007

- Promouvoir la programmation de CBC Television et de CBC Radio.

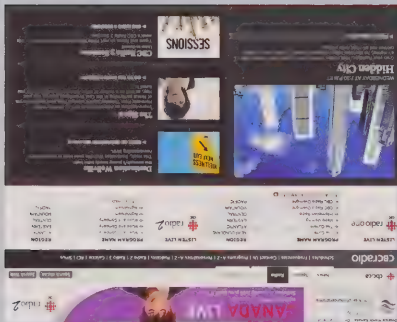
CBC.CA RÉALISATIONS DE 2006-2007

➔ CBC.ca a conçu et construit les sites Web de plusieurs nouvelles émissions de la Télévision et de la Radio, notamment *Dragon's Den*, *Test the Nation*, *The Greatest Canadian* *Invention* et *Hockey: A People's History*. CBC.ca a aussi créé un nouveau site pour la relance de CBC Radio 2. Le trafic sur les pages des émissions de CBC Television et de CBC Radio sur CBC.ca s'est accru de plus de 25 % depuis 2005-2006.



CBC.CA →

Photos page 38, de haut en bas :
Anna Maria Tremonti, The Current,
CBC Radio One, Sirius 137.
Adrian Harewood, All In A Day,
CBC Radio One.



CBC.CA
BUTS POUR 2006-2007

CBC.CA
RÉALISATIONS DE 2006-2007

→ Continuer d'attirer un nombre croissant de visiteurs pour CBC.ca.

→

CBC.ca continue d'attirer de nouveaux visiteurs parmi les internautes néophytes et confirmés, et s'est hissé au premier rang des sites Web de médias et d'information fréquentés par les Canadiens entre avril 2006 et janvier 2007. Le trafic moyen sur CBC.ca a augmenté de 30 % en 2006-2007, dépassant largement les cibles ainsi que le taux de croissance de la population d'internautes canadiens.

→ Se concentrer sur les abouts fondamentaux : un contenu pertinent et populaire.

→

En septembre 2006, CBC.ca a mis en ligne de nouvelles sections d'information sur les technologies et la consommation, qui ont attiré de nombreux visiteurs et qui ont dépassé respectivement de 95 % et de 263 % leurs cibles. CBC.ca a également réaménagé la section Santé, qui a vu depuis son trafic croître de 29 %. CBC.ca a lancé une nouvelle section vidéo sur sa page d'accueil, au www.cbc.ca, ce qui a grandement rehaussé la qualité des vidéos et augmenté le nombre de visionnements de 150 % pour atteindre plus de deux millions par mois.

→ Continuer d'améliorer l'expérience de l'utilisateur.

→

Le site Web de CBC.ca a été relancé en juin 2006. Sa nouvelle interface plus conviviale permet un meilleur rendement, un accès plus direct au contenu, une utilisation simplifiée, une cohérence renforcée de l'image de marque et un trafic accru. Dans le sondage annuel mené en 2006 auprès des internautes, 91 % des 10 000 visiteurs de CBC.ca questionnés ont estimé le site excellent ou très bon.

→ Accroître les revenus.

→

Depuis janvier 2007, CBC.ca a déjà encaissé le double des revenus prévus pour l'exercice. Comparativement à 2005-2006, ses revenus ont fait un bond de 350 %.



CBC RADIO : ORIENTATION FUTURE

FAIRE BENEVOLE L'ADAPTATION DE L'AUDIENCE CBC RADIO

- Atteindre un taux de satisfaction de 57%
- Voir son caractère essentiel évalué à 85%
- Diminuer 65% pour la mesure de l'ethnité/diversité culturelle

CBC RADIO BUTS POUR 2006-2007

- Le taux de satisfaction est de 59%.
- La mesure de son caractère essentiel s'élève à 83%.
- La mesure de l'ethnité/diversité culturelle se situe à 64%.

CBC RADIO RÉALISATIONS DE 2006-2007



Le Plan de service local de radio a été approuvé; 12 nouvelles stations de radio locales seront mises en service pour six millions de Canadiens anglophones qui n'y ont pas accès.

PLAN DE SERVICE LOCAL DE RADIO

On continuera à exécuter un plan pour les trois médias qui permettra aux Canadiens d'accéder à la programmation quand, où et comme ils le veulent.

PROCESsus DE RENOUVELLEMENT DE L'ADAPTATION DE L'AUDIENCE

- On procédera à la mise en œuvre d'une stratégie pour engager davantage les trois médias dans la réalité des régions, afin de présenter aux Canadiens des nouvelles et de l'information pertinentes qui reflètent le point de vue local.

PROCESsus DE RENOUVELLEMENT DE L'ADAPTATION DE L'AUDIENCE

- Le processus de renouvellement se poursuivra. CBC Radio 2 prendra en compte aussi en tant que chaîne musicale s'adressant à un public adulte et retirant la diversité de la scène musicale canadienne et de ses créateurs. De son côté, CBC Radio One se repositionnera comme source première d'information, de tables rondes et de contenu culturel, privilégiant l'analyse et l'objectivité intellectuelles. Enfin, CBC Radio 3 exploitera davantage sa niche, celle de la musique contemporaine canadienne et novatrice, sur toutes les plateformes.

CBC RADIO->

Photos page 36, de haut en bas :
Little Mosque on the Prairie,
CBC Television.
Jaeny Baik, Living Winnipeg,
CBC Television.
Photo à droite :
Wab Kinew, Shaken Not Stirred,
CBC Radio One.



CBC RADIO
RÉALISATIONS DE 2006-2007

- > Une augmentation de plus de 500 heures de programmation locale, comparativement à l'an dernier.
- > Des centaines d'heures de programmation du réseau ont été déplacées de Toronto vers les régions.
- > La grille de l'après-midi a été étendue à Ottawa et à Montréal.

- > Plus de 100 prix nationaux et internationaux majeurs pour sa programmation dont celui de Broadcaster of the Year (New York Festivals).
- > But de 3,8 millions d'auditeurs atteint. But dépassé avec au moins 13 % de parts d'auditoire.
- > Les objectifs liés à la diversité culturelle ont été établis et atteints.

- > La phase 1 du renouvellement de CBC Radio 2 a été lancée et fait une plus grande place aux nouveaux compositeurs canadiens et aux concerts régionaux, tout en restant fidèle à l'engagement de la chaîne à l'égard de son public amateur de classique.
- > Une nouvelle émission culturelle de premier plan a été lancée.
- > De nouvelles émissions dramatiques de grande qualité ont gagné la faveur du public.
- > Plus de 20 émissions sont maintenant offertes en baladodiffusion.

UNE PROGRAMMATION RÉGIONALE ÉTENDUE

-> CBC Radio fera connaître la réalité sociale, politique et culturelle de chaque région, et offrira des services dans les collectivités non desservies actuellement.

- > CBC Radio s'engage à diffuser une programmation inspirante, novatrice et marquée du sceau de l'excellence. Son but est de remporter 100 prix nationaux et internationaux.
- > CBC Radio s'engage à augmenter son auditoire. Son but est d'atteindre une portée de 3,8 millions d'auditeurs et d'obtenir une part d'auditoire de 12,2 %.
- > CBC Radio s'engage à refléter la diversité de la société canadienne contemporaine.

- > CBC Radio produira un contenu culturel qui reflète les besoins du public canadien, à la lumière des résultats de l'étude sur les arts et la culture. Une nouvelle stratégie de programmation d'arts et de divertissement sera lancée à CBC Radio One, à CBC Radio 2 et à CBC Radio 3. CBC Radio 2 sera renouvelée afin de préserver ses atouts tout en élargissant la gamme d'artistes émergents qui se produisent sur ses ondes. La programmation de CBC Radio sera offerte sur la radio par satellite et en baladodiffusion.

DU RENOUEAU ET
DU CHANGEMENT

... DRAMATIQUES, COMÉDIES,
... ÉCRIVAIN FACILE, ARTS DE LA SCÈNE)

- Diffuser plus de séries qui intéressent un éventail plus large et plus diversifié de Canadiens

ANADIENS À LEUR CONVENANCE

- Se doter d'une stratégie à plateformes multiples qui sera axée sur la programmation et la fonctionnalité
- Sur le plan du contenu, nos efforts se concentreront sur les nouvelles, le divertissement et les sports
- Sur le plan technique, nous passons à un environnement Web 2.0, ce qui offrira aux auditeurs la capacité de se prononcer sur les émissions, de les évaluer et de créer un lien vers ces émissions à partir de leur blogue ou de leur site Web, de s'abonner à différentes catégories de contenu, de rechercher un contenu vidéo précis et de soumettre du contenu généré par l'utilisateur.

POUSSER L'EXCELLENCE ENCORE PLUS LOIN

Bâti un service de nouvelles parfaitement intégré, qui aura un caractère résolument local, sera guidé par les principes du journalisme citoyen et fournira aux Canadiens les nouvelles et l'information qu'ils recherchent, sur la plateforme de leur choix.





Photo à gauche : George Stroumbouloulou, The Hour, CBC Television, CBC Newsworld.

Photo à droite : What It's Like Being Alone, CBC Television.

CBC TELEVISION
RÉALISATIONS DE 2006-2007

CBC TELEVISION
BUTS POUR 2006-2007

→ On a atteint des résultats réels de 522,3 millions de dollars, ce qui est inférieur au budget final de 522,4 millions de dollars.

N.B. : l'objectif premier a été augmenté grâce à des crédits supplémentaires qui ont élevé le budget à 522,4 millions de dollars. Les coûts réels sont de 522,3 millions de dollars.

→ On a récolté 205 millions de dollars de revenus.

→ En 2006-2007, on a réorienté les ressources vers les principales priorités, ce qui a permis d'ajouter plus de 60 heures de programmation canadienne de divertissement à la grille-horaire.

→ Des instruments de mesure et des cibles ont été établis. On évalue le rendement de tous les secteurs de la programmation sur une base régulière.

GESTION FINANCIÈRE ET RIGOREUSE DE CULTURE DE RESPONSABILITÉ

→ Respecter le budget de 517,5 millions de dollars de CBC Television.

→ Atteindre le revenu cible de 210 millions de dollars.

→ Réorienter les ressources vers les principales priorités (p. ex. la stratégie en matière de divertissement).

→ Mettre en place et utiliser des instruments de mesure, des cibles et assurer la production régulière de rapports.

→ Adopter une culture qui nous tienne responsables d'offrir une programmation exceptionnelle aux auditoires.

→ Récompenser la prise de risques et les réussites.

→ Fournir aux programmeurs les outils dont ils ont besoin.

ENGAGEMENT RÉCIPROQUE AVEC LES EMPLOYÉS

→ Encourager le dialogue, l'engagement, la créativité et la loyauté.

→ Faire la promotion du mieux-être, de la courtoisie et de la diversité dans le milieu de travail.

→ Assurer une gestion du rendement et une planification de la relève uniformes.

→ Application du programme de gestion du rendement

→ Renccontres continues entre la direction et les employés.

→ Première initiative en matière de mieux-être lancée à l'échelle de pays (atelier sur le stress).

→ Ratio maintenu.

VALEUR PUBLIQUE

1. *Journal of the American Medical Association*, 1997; 278: 1039-1044.



1

→	La part d'auditoire moyenne aux heures de grande écoute s'élève à 7,4 %.	→	Augmenter la part d'auditoire aux heures de grande écoute à 8,5 %
→	L'objectif a été dépassé avec 22,3 heures de divertissement aux heures de grande écoute, auxquelles s'ajoutent 19,5 heures d'émissions de divertissement factuel pour un total de 243 heures de divertissement. <i>Little Mosque on the Prairie</i> est un succès. <i>Dragon's Den</i> a connu de bons résultats.	→	Porter de 150 à 175 le nombre d'heures consacrées aux émissions de divertissement diffusées aux heures de grande écoute.
→	Mettre sur pied deux séries à succès.	→	Mettre sur pied deux séries à succès.
→	Des progrès importants, dont la mise en place d'une division d'affaires mondiales intégrée et le lancement de <i>myCBC</i> à Vancouver.	→	Des progrès importants, dont la mise en place d'une division d'affaires mondiales intégrée et le lancement de <i>myCBC</i> à Vancouver.
→	Une refonte de nos activités de télédiffusion en région est en cours, notamment avec le lancement de neuf émissions de service régionales, de 14 pauses régionales à chaque jour, de nouvelles émissions régionales d'une heure présentées en début de soirée et de <i>myCBC</i> .	→	Une augmentation de 30 minutes à 100 minutes de programmation régionale par jour.
→	Renouveler notre engagement en ce qui a trait à la radiodiffusion en région, en présentant des voix régionales authentiques sur des questions sociales, politiques et culturelles.	→	Adopter une approche intégrée à l'égard des commandes et de la création de contenu sur toutes les plateformes.
→	Les négociations se sont poursuivies avec des producteurs indépendants et des fournisseurs de contenu pour toutes les plateformes.	→	Les plateformes multiples représentent un objectif clé du projet <i>myCBC</i> .



→ SERVICES ANGLAIS ←

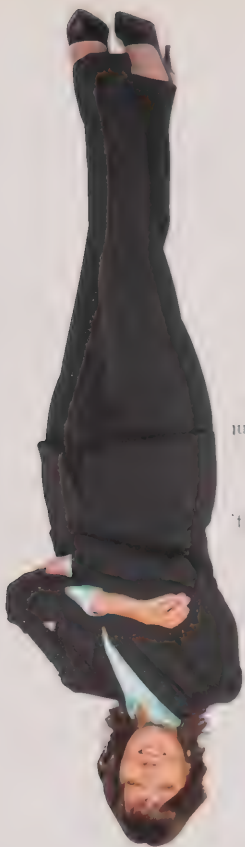
Plus ces services et/ou sont destinés en détail aux pages 4 à 6

© 2000 by John Wiley & Sons, Inc.

CHC Radio-Canada offre une gamme très étendue d'émission de nouvelles diffusions, de couvertures et de spots au moyen de 28 services d'urgence, 24 heures par jour, 7 jours par semaine.

COMPOSANTES
MÉDIAS : BUTS
ET RÉALISATIONS →

Photos page 33, de haut en bas





PRIORITÉS DE LA SOCIÉTÉ	INDICATEURS DE RENDEMENT	RÉSULTATS POUR 2006-2007
PARTENAIARIATS	Coentreprises et partenariats	6
STRATÉGIES	CBC Radio-Canada	
COLLABORATION	Depenses consacrées à la programmation intermédias	10 335 070 dollars
LIENS ÉTROITS AVEC LES PARTIES INTÉRESSÉES		
L'opinion générale des leaders d'opinion au sujet de CBC Radio-Canada*		
L'impression générale des leaders d'opinion sur CBC Radio-Canada en tant que service essentiel*		
Taux de satisfaction des Canadiens envers les principaux réseaux de la Télévision et de la Radio		
Raison d'être aux yeux des parties intéressées		
Pourcentage de Canadiens utilisant nos services†		

* Sondage de CBC|Radio-Canada auprès des leaders d'opinion, avril 2006, mené par Phoenix Strategic Perspectives Inc. † Les principaux réseaux de la Télévision, de la Radio, et les principaux sites Internet.



Photos, en haut, de gauche à droite, et en bas à gauche :

- Heather Hiscox,
- CBC News: Morning,
- CBC Television, CBC Newsworld,
- Errol Duchaine, La semaine verte,
- Première Chaîne,
- Télévision de Radio-Canada,
- Radio-Canada.ca, Sirius 187,
- The Doodlebops, CBC Television,
- René Simard, L'heure de gloire,
- Télévision de Radio-Canada,
- Kirk/it, Télévision de Radio-Canada,
- Les grands-mères solidaires,
- Congrès international sur le SIDA,
- Toronto, CBC|Radio-Canada,
- Lunar Jim, CBC Television.



PRIORITÉS DE LA SOCIÉTÉ
INDICATEURS DE RENDEMENT
RÉSULTATS POUR 2006-2007

REFLET RÉGIONAL ET RÉALITÉ CHANGÉANTE	Nombre d'heures d'émissions produites par les régions pour les régions	83 775 heures
DU CANADA	Émissions produites en région pour être diffusées au réseau	12 642 heures
	Utilisation de CBC Radio-Canada par les minorités visibles (18+)	87 %
	Nombre d'employés appartenant à des minorités visibles	528 (les employés à court terme sont exclus)
	CBC Radio-Canada	

VIABILITÉ DES GRILLES	Revenus publicitaires de la Télévision	315 millions de dollars*
CANADIENS	Dépenses consacrées aux émissions canadiennes	95 % du budget
	de programmation	
EFFICACITÉ	Revenus auto-générés	110 millions de dollars†
	Dépenses liées à la programmation	82 % du budget total

RESSOURCES HUMAINES ET CREATIVES	Engagement à l'égard de la formation et du perfectionnement	CBC Radio-Canada
	Satisfaction des employés (périodiquement)	CBC Radio-Canada
	Indice de satisfaction	85 % (sondage 2004 auprès des employés)

* Les principaux réseaux seules, à l'exception des revenus provenant d'Internet
† Comprend principalement les revenus de Gala, de CBC Country Canada, d'Internet, et de la vente d'émissions, à l'exception des revenus publicitaires





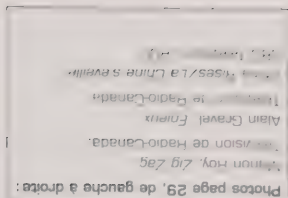
MESURES DU RENDEMENT

DE LA SOCIÉTÉ

PRIORITÉS DE LA SOCIÉTÉ
INDICATEURS DE RENDEMENT
RÉSULTATS POUR 2006-2007

CONTENU		CONTENU CANADIEN	
→	CBC Télévision*	Journée entière	81 %
	Heures de grande écoute (lundi-manche, 19 h-23 h)		80 %
→	Télévision de Radio-Canada*	Journée entière	82 %
	Heures de grande écoute (lundi-manche, 19 h-23 h)		88 %
→	CBC Radio	Journée entière	99 %
	Heures de grande écoute (lundi-manche, 6 h-9 h)		100 %
→	Radio de Radio-Canada	Journée entière	100 %
	Heures de grande écoute (lundi-manche, 6 h-9 h)		100 %
NOMBRE DE PRIX REÇUS			
	CBC Télévision		288
	Télévision de Radio-Canada†		29
	CBC Radio		121
	Radio de Radio-Canada		6
CARACTÈRE DISTINCTIF			
→		Principaux réseaux de la Télévision et de la Radio	
			90 %

* Basé sur les données de l'année de diffusion précédente, de septembre 2005 à août 2006.
† Productions internes seulement.



Photos page 29, de gauche à droite :

CBC/Radio-Canada utilise des indicateurs de rendement de la programmation pour s'assurer que, à titre de radiodiffuseur public national, elle en donne encore plus aux Canadiens pour leur argent.

INDICATEURS DE RENDEMENT CLÉS →

Plus précisément, CBC/Radio-Canada surveille et mesure les opinions ainsi que les habitudes d'écoute et de navigation des Canadiens afin de s'assurer qu'elle leur offre une programmation qui les satisfait et répond à leurs besoins.

MESURE DU RENDEMENT

Dans son rapport sur l'examen spécial de CBC/Radio-Canada, publié en 2005, la vérificatrice générale du Canada a recommandé de donner au Conseil d'administration, au gouvernement et au public un meilleur accès à l'information sur le rendement annuel de CBC/Radio-Canada. En conséquence, nous avons amélioré le processus de mesure et la technique en établissant des indicateurs de rendement pour chacune de nos priorités institutionnelles. Nous avons associé ceux-ci aux principaux réseaux de la télévision et de la radio

de la Société ou à des composantes médias précises, selon les besoins. L'intégration de ces indicateurs de rendement au processus de planification de la Société a débuté en 2006 et se terminera d'ici deux ans.

La collecte et la mesure des données ont commencé en avril 2006, et toutes les mesures sont consignées dans le Rapport annuel. L'ici avril 2008, le système d'indicateurs de rendement sera entièrement opérationnel, et il sera alors possible d'analyser les résultats annuels, le rendement par rapport aux objectifs, ainsi que les tendances en matière de rendement.

Ces modifications ont déjà des effets positifs sur le processus de planification et, à long terme, devraient considérablement accroître l'efficacité de l'ensemble des activités de la Société.



ANALYSE DE
LA DIRECTION >>



FAITS SAILLANTS

CBC RADIO :

- a récolté une part d'audience combinée record de 13,1 pour cent (sondage BBM du printemps 2007);
- a remporté plus de 100 prix nationaux et internationaux majeurs pour sa programmation;
- offre plus de 20 de ses émissions en radiodiffusion;

CBC TELEVISION :

- est désormais en ondes 24 heures sur 24, sept jours sur sept;
- *Little Mosque on the Prairie* a touché un auditoire de 3,7 millions lors de son premier épisode;
- *The Rick Mercer Report* et *This Hour Has 22 Minutes* ont obtenu régulièrement d'importantes audiences, et sont souvent arrivés en tête du marché le mardi soir au Canada anglais;
- les séries de la Coupe Stanley ont attiré en moyenne 1,5 million de téléspectateurs;
- le 94^e match de la Coupe Grey a obtenu 2,9 millions de téléspectateurs;
- *Test the Nation* : il a attiré une moyenne de près de 1,5 million de téléspectateurs;
- le réseau a remporté plus de 200 prix nationaux et internationaux;

CBC.ca :

- au premier rang des sites Web de médias et d'information fréquentés par les Canadiens (entre avril 2006 et janvier 2007); son trafic moyen a augmenté de 30 pour cent en 2006-2007, plus de trois millions de visiteurs uniques à domicile par mois (entre avril 2006 et mars 2007);
- a obtenu une part d'audience combinée record de 16,7 pour cent (sondage BBM du printemps 2007); la Première Chaîne a été la station la plus écoutée le matin à Québec et l'une des plus écoutées le matin à Montréal;
- a implémenté trois nouveaux émetteurs, ce qui élargit la portée du réseau dans les provinces atlantiques;
- Bande à part : depuis 2001, plus de 350 concerts, 40 émissions de télévision, 2 000 heures de radio, et des milliers d'internautes visiteurs, les balades attirent un public international; en mai 2006, on comptabilisait 12,6 pour cent de visites de la France et 10,8 pour cent des États-Unis (WebTrends 2006);

RADIO DE RADIO-CANADA :

- a été le diffuseur-hôte du XVI^e Congrès international sur le SIDA. Nous avons assuré la couverture de l'événement et diffusé diverses émissions à CBC Newsworld, à CBC Television, à CBC Radio One et sur *CBC.ca*, au RDI, à la Télévision de Radio-Canada, à la Première Chaîne, sur *Radio-Canada.ca* ainsi que sur les ondes de Radio Canada International;
- a attiré 31 pour cent des francophones du Canada qui ont accès à Internet à la maison grâce à 40 000 pages de contenu multimédia, 4 000 heures de contenu audio et vidéo et à 10 000 clips tirés des archives de la Radio et de la Télévision;
- **RADIO-CANADA.ca :**
 - 6 921 000, 6 581 000 et 6 000 000 téléspectateurs écoulés avec des moyennes respectives de 20 et 22 pour cent et ont rejoint chaque semaine Elles ont obtenu des parts d'audience variant entre émissions d'affaires publiques les plus populaires;
 - *La facture*, *L'épicerie* et *Découverte* sont les plus d'audience;
 - plus d'un million de téléspectateurs hebdomadairement, soit 28 pour cent de parts d'audience;
 - *L'auvergne du chien noir* a obtenu une moyenne de parts d'audience à chaque semaine;
 - *Fumeurs*, *Virginie* et *Le match des étoiles* ont attiré chacun une moyenne d'au moins 25 pour cent de parts d'audience;
 - *Tout le monde en parle* a récolté une moyenne de 1,7 million de téléspectateurs pour la saison automne-hiver, soit 50 pour cent de parts d'audience;
- **TELEVISION DE RADIO-CANADA :**

CBC | RADIO-CANADA :

Photo ci-dessus : Canada vs. USSR, CBC Television;
Photo page 27, de haut en bas, de gauche à droite : Les étoiles filantes, Télévision de Radio-Canada, Intelligence, CBC Television, *Oregons' Den*, CBC Television, Anne Godin, Anne et compagnie, Première Chaîne.





de 5,2 millions de dollars plus une somme additionnelle de 1,1 million de dollars en 2006-2007.

CBC | Radio-Canada est l'une des marques les plus prestigieuses au Canada et les ventes de produits portant cette marque dans notre boutique en ligne et nos kiosques sont en croissance rapide. En 2006-2007, les revenus tirés de la vente de CD, de DVD, de fichiers numériques téléchargés, de livres, de vêtements et de marchandises sous licence ont dépassé 10 millions de dollars.

Galaxie, notre service numérique de musique sans publicité, qui rejoint près de six millions de ménages canadiens, constitue une autre source importante de recettes autres que publicitaires. UNE ÈRE NOUVELLE QUI APPELLE DE NOUVELLES FORMULES DE FINANCEMENT

CBC | Radio-Canada continuera de s'efforcer de trouver de nouvelles possibilités d'économies et des sources de revenus inédites, mais cela ne suffira pas à financer la mise en œuvre des stratégies qui lui permettront de continuer de répondre aux besoins en évolution constante des Canadiens et d'investir dans de nouvelles technologies. En 2006-2007, dans la foulée de l'évolution rapide et sans précédent de l'industrie de la radiodiffusion et de la société canadiennes, le Parlement canadien et le Conseil

de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), l'organisme fédéral qui réglemente au Canada le secteur de la radiodiffusion, ont lancé un processus d'examen qui portera sur un large éventail de questions touchant la radiodiffusion publique et privée au Canada.

Nous avons accueilli favorablement la tenue de ces examens, car nous y voyions une occasion pour les Canadiens de préciser ce qu'ils attendent de leur radiodiffuseur public national. Ces examens représenteraient aussi une occasion d'étudier de nouvelles formules susceptibles de garantir à long terme un financement stable et suffisant pour CBC | Radio-Canada.

Une des solutions possibles consisterait à permettre à CBC | Radio-Canada, ainsi qu'aux autres radiodiffuseurs conventionnels, de toucher une partie des revenus que les cablodiffuseurs et les distributeurs de signaux par satellite perçoivent auprès de leurs abonnés. Ces entreprises ne paient actuellement aucun frais lorsqu'elles englobent les émissions des radiodiffuseurs conventionnels dans le bouquet de services qu'elles offrent aux consommateurs. Les revenus tirés des frais d'abonnement procureraient aux radiodiffuseurs conventionnels un mode de financement susceptible d'offrir un apport supplémentaire au modèle traditionnel axé sur des recettes publicitaires, qui est en voie de s'effondrer à cause de la fragmentation des recettes et des

auditoires. CBC | Radio-Canada serait ainsi en mesure de financer ses grandes priorités et notamment l'abandonner rapidement la radiodiffusion analogique au profit de la TVHD afin de ne pas perdre ses auditoires séduits par les émissions américaines en TVHD, et de créer davantage d'émissions dramatiques canadiennes distinctives et/ou d'émissions locales.

CBC Radio a ajouté plus de 500 heures d'émissions locales à sa grille-horaire en 2006-2007, et a continué de confier aux régions la production d'émissions nationales.

Les revenus tirés des frais d'abonnement ne sont qu'un des nombreux moyens qui s'offrent afin de garantir aux Canadiens un accès continu à un radiodiffuseur public national fort et dynamique.

REDUCTION
DES COÛTS ET
PRODUCTION
DE REVENUS

La Division augmentera de 2,5 milliards de dollars son aux recettes. Nous planifions déjà la mise en œuvre de nouveaux projets qui contribueront à nos nouveaux revenus tout en permettant de continuer à moderniser les infrastructures de CIBC | Radio-Canada.

Les économies importantes ont également été réalisées grâce à des investissements dans les systèmes et la fine pointe de la technologie, permettant d'accroître les méthodes de production et d'exploitation des nouvelles technologies de radio-diffusion. Nous avons généré des économies annuelles de 0,3 millions de dollars, en raison de la distribution par satellite des signaux de télévision.

Des économies annuelles de 0,3 millions de dollars, en raison de la distribution par satellite des signaux de télévision.

16. Wang, J. and J. Wang. 2002. The effects of the 1997 Asian financial crisis on the export performance of Chinese firms. *Journal of International Business Studies* 33: 231-244.

1. The first step is to identify the problem. This involves understanding the current situation and the goals that need to be achieved.





Plus de 70 ans plus tard, CBC | Radio-Canada demeure au centre des efforts déployés pour protéger la souveraineté culturelle du Canada et pour favoriser l'éclosion d'une identité nationale dans un pays aussi vaste et diversifié que le nôtre.

de nouvelles émissions provocantes et novatrices, qui s'adressent à une tranche importante de la population. Bon nombre de ces nouvelles émissions ont connu un succès instantané. En 2006-2007, notamment, *Le match des étoiles* a récolté des parts d'auditoire de 26 pour cent.

Le réseau continue de

perfectionner sa démarche en se concentrant sur des émissions de services publics crédibles, novatrices, ouvertes sur le monde

et représentatives de différents points de vue. La Télévision

de Radio-Canada a présenté 17 dramatiques originales cette

année, dont 11 nouvelles séries, soit plus que tout autre

télédiffuseur au Canada. Près de 30 pour cent de la

programmation de ce réseau aux heures de grande écoute était en

haute définition, ce qui en fait le diffuseur le plus important du

marché dans ce domaine.

RESSERLER LES LIENS AVEC LES COLLECTIVITÉS CANADIENNES

L'un des aspects essentiels du mandat de CBC | Radio-Canada est la nécessité de refléter la diversité régionale canadienne et d'offrir une tribune pour discuter des enjeux et des sujets locaux. Au cours des dernières années, nous avons donc renforcé notre programmation régionale et accru notre présence en région de plusieurs manières.

CBC Television a renforcé sa radiodiffusion régionale en mettant en ondes neuf émissions régionales sur la vie courante et a renouvelé sa programmation locale de début de soirée en la portant à une heure et en y insérant des segments d'information régionale. En tout, ce réseau a diffusé 2 896 heures de programmation régionale cette

année. À Vancouver, la nouvelle

émission de début de soirée s'inscrit dans le cadre d'un projet

pilote qui a pour objet d'intégrer les services de CBC News sur

toutes les plateformes (télévision, radio et Internet) afin d'offrir

un service de nouvelles multimedias, interactif,

accessible à la demande 24 heures par jour et axé sur les nouvelles

régionales et locales. Les membres de la collectivité auront l'occasion

de communiquer avec nous pour nous aider à établir les sujets

locaux qui seront abordés ainsi qu'à les couvrir, de façon à

pouvoir accéder à ces nouvelles au moment et de la manière

de leur choix. Nous prévoyons élargir graduellement cette

démarche à l'ensemble du Canada pour nos services de nouvelles de

langue anglaise. CBC Radio a ajouté plus de

500 heures d'émissions locales à sa grille-horaire en 2006-2007, et a

continué de confier aux régions la production d'émissions nationales.

L'objectif ultime de cette stratégie de régionalisation de CBC Radio

est de faire en sorte qu'il soit possible pour tous les Canadiens –

qu'ils vivent à Halifax, dans les régions rurales du Québec, à Iqaluit ou ailleurs au pays – d'entendre des points de vue et des talents locaux sur les ondes de leur radiodiffuseur public national et ainsi de pouvoir établir des contacts avec les autres régions du Canada et de s'ouvrir

sur le monde. En juin 2006, les Services français

procédaient à la première phase de l'intégration de tous les services

régionaux de la Radio, de la Télévision et sur Internet, sous

une seule direction générale. Cette

restructuration a pour objectif premier de renforcer l'ancrage

régional de Radio-Canada grâce à la mise en valeur des expertises

et des réalités régionales dans les programmes nationaux ainsi

que l'amélioration des services aux publics régionaux. La première

mission de cette nouvelle direction a été le développement d'un plan

stratégique dont l'impact pourra véritablement être mesuré à compter

de l'automne 2007. Du côté de la Télévision de

Radio-Canada, le plan s'appuiera sur les initiatives des dernières

années. Ainsi, CBC | Radio-Canada a investi dans le développement de

la production de séries dramatiques régionales de qualité destinées à

un auditoire national. Il y a eu *Chambre no 13* à Québec (diffusion

en avril 2006) et *FranCoeur* en Ontario dont la Télévision de

Radio-Canada a diffusé la troisième saison en 2006-2007. Il y aura

la série *Belle-Bate*, produite au

Nouveau-Brunswick, et d'autres



Les émissions canadiennes aux heures de grande écoute, qui ont été le principal moyen de diffusion de la culture canadienne, ont été remplacées par des émissions américaines. En 2005-2006, les émissions canadiennes représentaient 80 pour cent de la programmation aux heures de grande écoute, contre 90 pour cent pour les heures de grande écoute américaines. Les émissions canadiennes ont été remplacées par des émissions américaines.

CBC Television a renforcé sa radiodiffusion régionale en mettant en ondes neuf émissions régionales sur la vie courante et a renouvelé sa programmation locale de début de soirée en la portant à une heure et en y insérant des segments d'information régionale.

Les émissions canadiennes aux heures de grande écoute, qui ont été le principal moyen de diffusion de la culture canadienne, ont été remplacées par des émissions américaines. En 2005-2006, les émissions canadiennes représentaient 80 pour cent de la programmation aux heures de grande écoute, contre 90 pour cent pour les heures de grande écoute américaines. Les émissions canadiennes ont été remplacées par des émissions américaines.

Photos: de gauche à droite

Le renouvellement des émissions de (CBC) Television suit celui de la télévision de Radio-Canada, dont les succès ont été remarquables. De 2003-2004 à 2004-2005, la part d'audience aux heures de grande écoute de ce réseau a grimpé de 16 pour cent à 22 pour cent – une augmentation de 40 pour cent en une seule année. Ces résultats ont été obtenus grâce à un programme plurimodal d'investissements dans la culture nationale.





CBC Television est le seul
télédiffuseur conventionnel
de langue anglaise
présentant un large éventail
d'émissions canadiennes aux
heures de grande écoute,
quand les Canadiens
regardent la télévision.

surtout des émissions américaines. Dans tous les autres pays occidentaux, et dans les régions francophones du Canada, les auditoires regardent d'abord les émissions produites dans leur propre pays. S'il est vrai que de nombreuses émissions américaines sont très bien réalisées et revêtent donc un attrait certain, il reste qu'elles ne reflètent nullement la vie, les valeurs, les mœurs et la culture des Canadiens. La domination des émissions américaines aggrave la situation économique des émissions canadiennes. La majorité des émissions de télévision canadiennes n'existeraient tout simplement pas si on laissait jouer américaines aux heures de grande

uniquement les forces du marché; les coûts de production de haute qualité pour les heures de grande écoute ne peuvent être récupérés, étant donné la fragmentation du marché canadien. Voilà pourquoi l'État canadien offre une aide financière aux producteurs indépendants d'émissions de télévision canadiennes, surtout par l'entremise du Fonds canadien de télévision, et oblige tous les télédiffuseurs à inclure un certain pourcentage d'émissions canadiennes à leur grille-horaire. Malgré tout, les télédiffuseurs privés canadiens de langue anglaise présentent surtout des émissions américaines aux heures de grande

COMPARAISON DU SOUTIEN FINANCIER ACCORDÉ PAR L'ÉTAT FÉDÉRAL INDIRECTEMENT AUX
TÉLÉDIFFUSEURS DE LANGUE ANGLAISE ET DIRECTEMENT À CBC TELEVISION, DE 1995-1996
À 2003-2004

Les télédiffuseurs conventionnels de langue anglaise au Canada bénéficient d'un soutien financier du gouvernement fédéral – sous forme d'allègements fiscaux et d'autres mesures indirectes – supérieur au financement reçu par CBC Television du même gouvernement.

Exercice	Substitution	Paragraphe 19.1	Total	Substitution	Paragraphe 19.1	Total
1995-1996	1 37	69	207	137	98	235
1996-1997	1 47	77	224	147	109	256
1997-1998	1 59	81	241	162	115	277
1998-1999	1 61	85	246	166	120	287
1999-2000	1 62	87	249	170	123	293
2000-2001	1 65	87	251	176	122	298
2001-2002	1 61	84	245	175	119	294
2002-2003	1 77	95	273	195	135	330
2003-2004	1 77	93	271	199	132	331

Scénario de faible incidence
(en millions de dollars)

Scénario de forte incidence
(en millions de dollars)

Évaluation faite par Nordicité suivant la méthodologie de Donner et les statistiques publiées par le CRTC.

Les totaux peuvent ne pas correspondre, car certains chiffres ont été arrondis.
Analyse du soutien public accordé à la radiodiffusion publique et aux autres instruments culturels au Canada. Groupe Nordicité Ltée, juin 2006.



Le très réussi épisode inaugural de la comédie *Little Mosque on the Prairie*, la première des émissions développées au moyen de ce nouveau processus, a attiré un auditoire de 3,7 millions.

diffusées. Dans toute l'organ-
sation, nous redéfinissons les
responsabilités des créateurs de
contenu et découvrons pour eux
de nouveaux moyens plus
efficaces de collaborer et de
partager les ressources. Nos
auditoires bénéficient ainsi d'une
programmation supérieure dans
l'ensemble de nos services.

RAPPROCHEMENT AVEC DE NOUVEAUX AUDITOIRES

Voici un défi important pour
CBC Radio-Canada : comment
attirer de nouveaux auditoires
tout en conservant ceux qui

lui sont acquis?

La technologie constitue un
élément de réponse à cette
question et nous devons donc
être accessibles sur le plus grand
nombre de plateformes possible.
Mais, dans un contexte de vive
concurrence, le contenu est tout
aussi essentiel que la technologie.
Or, c'est justement sur ce plan
que CBC Radio-Canada dispose
d'un avantage concurrentiel
unique. En effet, aucun autre
radiodiffuseur ne génère du
contenu canadien de qualité
aussi diversifié et riche que celui
produit par CBC Radio-Canada.
Lorsqu'il est offert dans un format
qui permet à nos auditoires de
choisir le moment et la plate-
forme où ils désirent le regarder
ou l'écouter, notre contenu attire
des auditoires étonnants. Ainsi, sur
le million de fichiers balados des
émissions de CBC Radio-Canada

collaborer intensivement en

contenaient pas d'émissions de

musique et de divertissement,

mais plutôt des émissions

d'information, de science

et d'actualité comme *Ideas*,

Quirks and Quarks, *Christiane*

Charlton et Les amies limitées.

En plus d'offrir sa programmation

existante sur de nouvelles

plateformes, CBC Radio-Canada

attire de nouveaux auditoires en

offrant davantage d'émissions

correspondant aux goûts des

Canadiens.

Ainsi, en 2006-2007, CBC Radio

a lancé la première phase d'une

importante initiative de

renouvellement des émissions

qui s'appuie sur les résultats d'un

sondage élargi, effectué auprès de

la population canadienne afin de

mieux connaître ses attentes en

matière d'émissions artistiques et

culturelles. La première phase de

cet exercice de renouvellement,

concerne les émissions de

(CBC) Radio 2 à présenter sur ses

ondes un plus large éventail de

sélections musicales et d'artistes

canadiens, tout en maintenant

son engagement à l'endroit de ses

auditoires traditionnels, rétro de

musique classique et de jazz.

(CBC) Radio One a élargi son

offre d'émissions d'arts et de

divertissement et (CBC) Radio 3

continue de diversifier son offre

de contenu musical et culturel

en émergeant en provenance

du Canada et d'ailleurs dans le

monde. Ce développement

continu de nouvelles émissions

a fait en sorte qu'au

printemps 2007, CBC Radio

a obtenu une part d'auditoire

combinée record de 13,1 pour

cent (sondage BBM).

Le renouvellement de la

programmation a également

joué un rôle clé dans le succès

de la Radio de Radio-Canada.

Depuis son lancement réussi en

septembre 2004, Espace musique

offre un service distinctif qui

présente aux Canadiens de tout

le pays une diversité musicale

intégrée ainsi que de jeunes

artistes en émergence. La

première (comme, quant à elle,

diffuse des émissions de nouvelles,

d'affaires publiques ainsi que des

émissions culturelles et de société.

Ensemble, les deux réseaux ont

atteint une part d'auditoire

combinée record de 16,7 pour

cent au printemps 2007 (BBM).

DES ÉMISSIONS DE

TELEVISION AU GOÛT

DES CANADIENS

Le renouvellement des émissions

et programmation nous a permis

de présenter un contenu plus

diversifié et riche que celui

produit par CBC Radio-Canada.

Lorsqu'il est offert dans un format

qui permet à nos auditoires de

choisir le moment et la plate-
forme où ils désirent le regarder
ou l'écouter, notre contenu attire
des auditoires étonnants. Ainsi, sur
le million de fichiers balados des
émissions de CBC Radio-Canada

contenaient pas d'émissions de

musique et de divertissement,

mais plutôt des émissions

d'information, de science

et d'actualité comme *Ideas*,

Quirks and Quarks, *Christiane*

Charlton et Les amies limitées.

En plus d'offrir sa programmation

existante sur de nouvelles

plateformes, CBC Radio-Canada

attire de nouveaux auditoires en

offrant davantage d'émissions

correspondant aux goûts des

Canadiens.

Ainsi, en 2006-2007, CBC Radio

a lancé la première phase d'une

importante initiative de

renouvellement des émissions

qui s'appuie sur les résultats d'un

sondage élargi, effectué auprès de

la population canadienne afin de

mieux connaître ses attentes en

matière d'émissions artistiques et

culturelles. La première phase de

cet exercice de renouvellement,

concerne les émissions de

(CBC) Radio 2 à présenter sur ses

ondes un plus large éventail de

sélections musicales et d'artistes

canadiens, tout en maintenant

son engagement à l'endroit de ses

auditoires traditionnels, rétro de

musique classique et de jazz.

(CBC) Radio One a élargi son

offre d'émissions d'arts et de

divertissement et (CBC) Radio 3

continue de diversifier son offre

de contenu musical et culturel

en émergeant en provenance

du Canada et d'ailleurs dans le

monde. Ce développement

continu de nouvelles émissions

a fait en sorte qu'au

printemps 2007, CBC Radio

a obtenu une part d'auditoire

combinée record de 13,1 pour

cent (sondage BBM).

Le renouvellement de la

programmation a également

joué un rôle clé dans le succès

de la Radio de Radio-Canada.

Depuis son lancement réussi en

septembre 2004, Espace musique

offre un service distinctif qui

présente aux Canadiens de tout

le pays une diversité musicale

intégrée ainsi que de jeunes

artistes en émergence. La

première (comme, quant à elle,

diffuse des émissions de nouvelles,

d'affaires publiques ainsi que des

émissions culturelles et de société.

Ensemble, les deux réseaux ont

atteint une part d'auditoire

combinée record de 16,7 pour

cent au printemps 2007 (BBM).

DES ÉMISSIONS DE

TELEVISION AU GOÛT

DES CANADIENS

Le renouvellement des émissions

et programmation nous a permis

de présenter un contenu plus

diversifié et riche que celui

produit par CBC Radio-Canada.

Lorsqu'il est offert dans un format

qui permet à nos auditoires de

choisir le moment et la plate-
forme où ils désirent le regarder
ou l'écouter, notre contenu attire
des auditoires étonnants. Ainsi, sur
le million de fichiers balados des
émissions de CBC Radio-Canada

contenaient pas d'émissions de

musique et de divertissement,

mais plutôt des émissions

d'information, de science

et d'actualité comme *Ideas*,

Quirks and Quarks, *Christiane*

Charlton et Les amies limitées.

En plus d'offrir sa programmation

existante sur de nouvelles

plateformes, CBC Radio-Canada

attire de nouveaux auditoires en

offrant davantage d'émissions

correspondant aux goûts des

Canadiens.

Ainsi, en 2006-2007, CBC Radio

a lancé la première phase d'une

importante initiative de

renouvellement des émissions

qui s'appuie sur les résultats d'un

sondage élargi, effectué auprès de

la population canadienne afin de

mieux connaître ses attentes en

matière d'émissions artistiques et

culturelles. La première phase de

cet exercice de renouvellement,

concerne les émissions de

(CBC) Radio 2 à présenter sur ses

ondes un plus large éventail de

sélections musicales et d'artistes

canadiens, tout en maintenant

son engagement à l'endroit de ses

auditoires traditionnels, rétro de

musique classique et de jazz.

(CBC) Radio One a élargi son

offre d'émissions d'arts et de

divertissement et (CBC) Radio 3

continue de diversifier son offre

de contenu musical et culturel

en émergeant en provenance

du Canada et d'ailleurs dans le

monde. Ce développement

continu de nouvelles émissions

a fait en sorte qu'au

printemps 2007, CBC Radio

a obtenu une part d'auditoire

combinée record de 13,1 pour

cent (sondage BBM).

Le renouvellement de la

programmation a également

joué un rôle clé dans le succès

de la Radio de Radio-Canada.

Depuis son lancement réussi en

septembre 2004, Espace musique

offre un service distinctif qui

présente aux Canadiens de tout

le pays une diversité musicale

intégrée ainsi que de jeunes

artistes en émergence. La

première (comme, quant à elle,

diffuse des émissions de nouvelles,

d'affaires publiques ainsi que des

émissions culturelles et de société.

Ensemble, les deux réseaux ont

atteint une part d'auditoire

combinée record de 16,7 pour

cent au printemps 2007 (BBM).

DES ÉMISSIONS DE

TELEVISION AU GOÛT

DES CANADIENS

Le renouvellement des émissions

et programmation nous a permis

de présenter un contenu plus

diversifié et riche que celui

produit par CBC Radio-Canada.

Lorsqu'il est offert dans un format

qui permet à nos auditoires de

choisir le moment et la plate-
forme où ils désirent le regarder
ou l'écouter, notre contenu attire
des auditoires étonnants. Ainsi, sur
le million de fichiers balados des
émissions de CBC Radio-Canada

contenaient pas d'émissions de

musique et de divertissement,

mais plutôt des émissions

d'information, de science

et d'actualité comme *Ideas*,

Quirks and Quarks, *Christiane*

Charlton et Les amies limitées.

En plus d'offrir sa programmation

existante sur de nouvelles

plateformes, CBC Radio-Canada

attire de nouveaux auditoires en

offrant davantage d'émissions

correspondant aux goûts des

Canadiens.

Ainsi, en 2006-2007, CBC Radio

a lancé la première phase d'une

importante initiative de

renouvellement des émissions

qui s'appuie sur les résultats d'un

sondage élargi, effectué auprès de

la population canadienne afin de

mieux connaître ses attentes en

matière d'émissions artistiques et

culturelles. La première phase de

cet exercice de renouvellement,

concerne les émissions de

(CBC) Radio 2 à présenter sur ses

ondes un plus large éventail de

sélections musicales et d'artistes

canadiens, tout en maintenant

son engagement à l'endroit de ses

auditoires traditionnels, rétro de

musique classique et de jazz.

(CBC) Radio One a élargi son

offre d'émissions d'arts et de

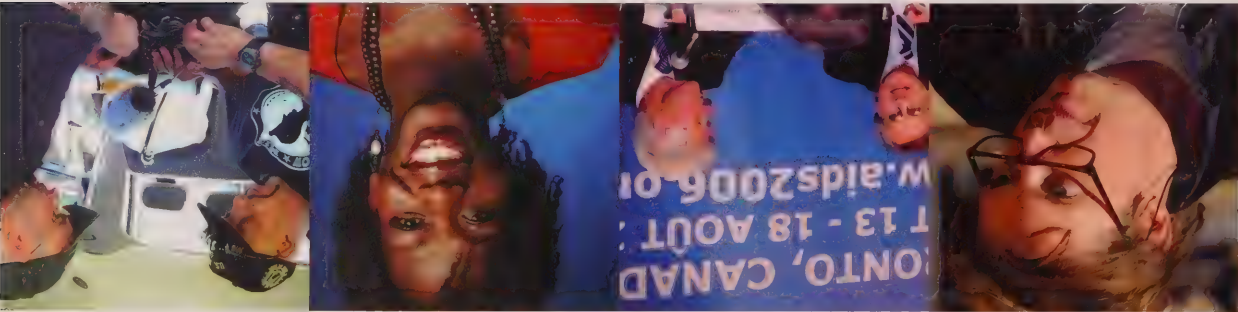
divertissement et (CBC) Radio 3

continue de diversifier son offre

de contenu musical et culturel

en émergeant en provenance

du Canada et d'ailleurs dans le



nouvelle approche de développement d'émissions qui comprennent dès le début de la planification, l'identification de toutes les plateformes sur lesquelles les émissions pourraient être

services français de télévision, de radio et sur Internet, ce qui a constitué une étape cruciale dans la mise en œuvre de notre nouvelle manière de travailler et de penser. L'intégration déjà amorcée de nos services de nouvelles de langue anglaise est le prochain jalon de ce processus; elle donnera aux Canadiens un accès à la demande à des nouvelles régionales, nationales et internationales plus fournies et plus riches, sur la plateforme de leur choix. Également cette année, CBC Television a inauguré une

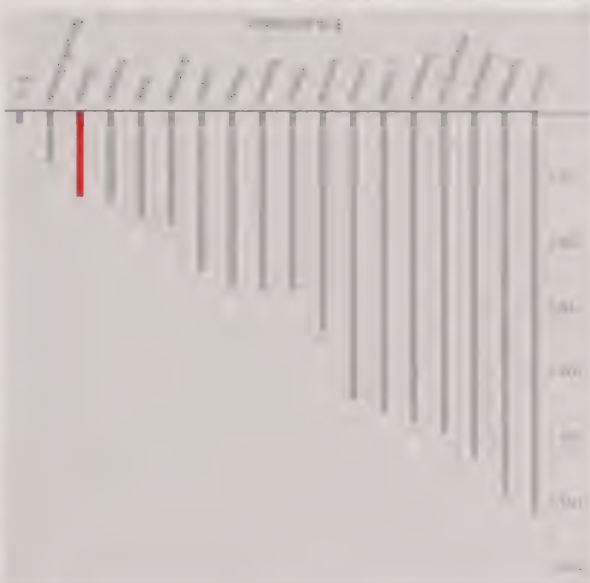
Toutefois, pour répondre à l'évolution des besoins des Canadiens, les nouvelles technologies ne suffisent pas. Il nous faut également adopter de nouvelles méthodes de travail. CBC/Radio-Canada est une organisation de plus en plus intégrée développant du contenu qui peut être offert aussi bien sur les plateformes conventionnelles qu'au moyen des nouveaux médias, tout en misant sur les atouts inhérents à chacun. En 2005-2006, nous avons procédé à l'intégration de nos

COMPARAISON DE L'EFFORT FINANCIER DE L'ÉTAT FÉDÉRAL DANS LE SECTEUR CULTUREL ET DANS CBC/RADIO-CANADA, DE 1995-1996 À 2003-2004

Au moment où il augmentait ses dépenses dans le secteur culturel – à l'exclusion de CBC/Radio-Canada –, le gouvernement fédéral réduisait les crédits consentis à CBC/Radio-Canada.

Exercice	Millions de dollars	Écart (%)	Crédits parlementaires de CBC/Radio-Canada	Millions de dollars	Écart (%)	Depenses fédérales à la culture (déduction faite de CBC/Radio-Canada)	Écart (%)
1995-1996	2 920	--	1 171	1 749	--	1 749	--
1996-1997	2 760	(5,5 %)	997	(14,8 %)	1 763	1 763	0,8 %
1997-1998	2 670	(3,3 %)	806	(19,1 %)	1 864	1 864	5,7 %
1998-1999	2 817	5,5 %	896	11,2 %	1 921	1 921	3,1 %
1999-2000	2 809	(0,3 %)	879	(1,9 %)	1 930	1 930	0,5 %
2000-2001	2 954	5,2 %	902	2,6 %	2 053	2 053	6,3 %
2001-2002	3 216	8,9 %	983	9,0 %	2 234	2 234	8,8 %
2002-2003	3 426	6,5 %	1 047	6,5 %	2 379	2 379	6,5 %
2003-2004	3 500	2,2 %	1 066	1,9 %	2 433	2 433	2,3 %
Augmentation/diminution de 1995-1996 à 2003-2004	580	19,9 %	(105)	(9,1 %)	684	684	39,1 %

Données sur les dépenses fédérales à la culture publiées par Statistique Canada; les montants correspondant aux crédits annuels versés à CBC/Radio-Canada proviennent de la Société. Analyse du soutien public accordé à la radiodiffusion publique et aux autres instruments culturels au Canada. Groupe Nordicité Ltée, juin 2006.

[illegible]

FINANCEMENT PAR HABITANT DES RADIODIFFUSEURS
PUBLICS DE PAYS MEMBRES DE L'OCDE, 2004

L'existence de la région de la capitale et la
 diminution de notre financement
 Toutefois, nous devons
 contraindre à des difficultés de
 caisse et, à défaut d'obtenir les
 moyens de nous y attaquer,
 celles-ci limiteront notre capacité
 de continuer à jouer un rôle
 déterminant dans la vie collective
 canadienne. Voici les stratégies
 que nous avons élaborées pour
 surmonter ces difficultés

Les technologies nouvelles et émergentes ont transformé les habitudes d'écoute des Canadiens. Pour demeurer pertinents, CBC/Radio-Canada doit se tenir à l'avant-garde d'une multitude de nouvelles technologies et de

Photos, en haut, de gauche à droite, et en bas à droite

[illegible]

← LE CONTEXTE →

un pays aussi vaste et diversifié que le nôtre.

FAIBLE APPUI DU
CANADA À SON
RADIODIFFUSEUR
PUBLIC

La nécessité de protéger et de favoriser l'écllosion d'une culture internationale, c'est en partie parce que, depuis 1990, les crédits parlementaires accordés à CBC/Radio-Canada ont diminué de 33 pour cent en dollars constants et se situent donc actuellement au même niveau que dans les années 1970.

De nos jours, 97 pour cent des Canadiens estiment que CBC/Radio-Canada joue un rôle essentiel. Les Canadiens comprennent donc clairement que nul n'est en mesure d'équivaler de ce que leur offre CBC/Radio-Canada est en quelque sorte devenue la voix distinctive des régions et des ethniques communales de notre pays ainsi que la tribune où ces voix peuvent se faire entendre. Elle couvre en détail les histoires.

Photos page 16, de haut en bas :

Bernard Verome,

Céline Galipeau, *Le téléjournal*.

Télévision de Radio-Canada, RDI.

Kurt Browning Gotta Skate V.

CBC Television.

Canada's Next Prime Minister,

CBC Television

(photo: Couverture/Ottawa).

Et Dieu créa... L'affaire,

Television de Radio-Canada.



TELEVISION



CBC TELEVISION : service de langue anglaise qui propose une vaste gamme d'émissions de nouvelles, d'information et de divertissement qui sont produites par des Canadiens, qui s'adressent à eux et qui leur parlent de leur réalité.

CBC NEWSWORLD : service qui diffuse de l'information en continu en anglais, et qui est financé entièrement par abonnement et par les recettes publicitaires.



CBC COUNTRY CANADA : service de télévision multilingue de langue anglaise qui diffuse de façon continue pour ses abonnés des dramatiques internationales, des événements sportifs et des émissions culturelles.



THE DOCUMENTARY CHANNEL : service de télévision multilingue qui diffuse en continu, sur abonnement et en anglais, des documentaires canadiens et étrangers, en vue de toucher un plus grand nombre de Canadiens.



TELEVISION DE RADIO-CANADA : service de langue française qui propose une programmation résolument publique, généraliste, rassemblant une grande qualité, incluant des émissions d'information et d'affaires publiques.



RÉSEAU DE L'INFORMATION DE RADIO-CANADA (RDI) : service qui diffuse de l'information en continu en français, et qui est financé entièrement par abonnement et par les recettes publicitaires.



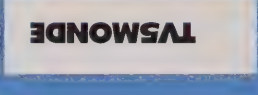
RADIO-CANADA NORD / CBC NORTH : services de radio et de télévision qui diffusent dans le Nord du Canada des émissions en français, en anglais et dans huit langues autochtones.



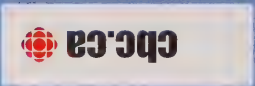
AIRTV : service de télévision qui diffuse sur abonnement et en français une programmation axée sur les arts et la culture, résultat d'un partenariat public-privé.



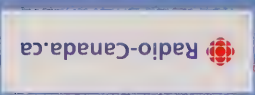
TVSMONDE : consortium international qui propose un choix d'émissions télévisées de nouvelles et d'intérêt général en langue française.



INTERNET



CBC.ca : site Internet de langue anglaise qui diffuse les contenus de la Radio et de la Télévision, ainsi que de l'information particulière à la section Nouveaux Médias ou portant sur la Société.



RADIO-CANADA.ca : site de langue française qui diffuse les contenus de la Radio et de la Télévision de Radio-Canada, ainsi que des contenus spécifiques au Web et aux nouvelles plateformes.



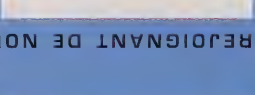
CBC RADIO 3 : service de langue anglaise qui diffuse sans pause publicitaire ce qui se fait de mieux au Canada au chapitre des musiques nouvelles et émergentes, sur Internet (radio3.cbc.ca), en bidiaodiffusion et à la radio par satellite de Sirius, chaîne 94.



BANDE À PART : service de langue française qui présente, sans pause publicitaire, le meilleur des musiques émergentes francophones canadiennes et qui favorise la découverte des nouveaux artistes francophones du Canada.



RCI VIVA : service Internet de radio dédié aux nouveaux arrivants et immigrants potentiels, qui leur offre, en huit langues et sans publicité, de l'information sur le Canada et des tribunes pour partager leurs expériences.



GALAXIE : service audionumérique payant qui propose à près de six millions d'abonnés 45 chaînes de musique en continu sans contenu verbal ni publicité.



LES DISQUES SPC I CBC RECORDS : étiquette qui enrégistre et met sur le marché environ 15 nouveaux CD canadiens chaque année.



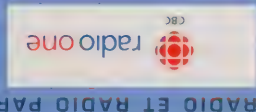
SERVICES SANS FIL : services de messagerie WAP et SMS qui diffusent un contenu interactif sur assistant numérique personnel et téléphone cellulaire.

REJOIGNANT DE NOUVEAUX AUDITEURS

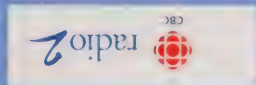
28 SERVICES →

LES SERVICES DE CBC/RADIO-CANADA

CBC/Radio-Canada offre une gamme très étendue d'émissions de nouvelles, d'information, de divertissement et de sports au moyen de 28 services différents. Il s'agit du seul radiodiffuseur canadien à offrir des services de radio et de télévision, ainsi que des services Internet et par satellite, en français, en anglais et dans huit langues autochtones, d'un océan à l'autre. Le rayonnement de la Société s'étend d'un bout à l'autre du pays et à travers la planète, offrant un contenu distinctif de grande qualité, pensé, créé, produit, reconnu par les Canadiens, et accessible à leur convenance.



CBC RADIO ONE: service de langue anglaise qui diffuse sans pause publicitaire de l'information locale, nationale et internationale ainsi que des émissions sur l'actualité, les arts et la culture, des documentaires, et des émissions dramatiques, aussi disponible à la radio par satellite de Sirius, chaîne 137



CBC RADIO 2: service de langue anglaise qui présente sans pause publicitaire la diversité musicale du Canada, y compris la musique classique, le jazz et autres genres musicaux destinés à des auditeurs adultes.



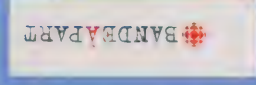
CBC RADIO 3: service de langue anglaise qui diffuse sans pause publicitaire ce qui se fait de mieux au Canada au chapitre des musiques nouvelles et émergentes, sur Internet (radio3.cbc.ca), en baladeodiffusion et à la radio par satellite de Sirius, chaîne 94



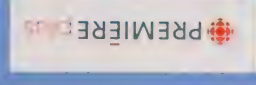
PREMIÈRE CHAÎNE: service de langue française qui diffuse, sans pause publicitaire, de l'information régionale, nationale et internationale ainsi que des émissions à vocation régionale et nationale sur l'actualité, les arts, la culture et la société



ESPACE MUSIQUE: service musical de langue française qui présente la diversité musicale du Canada, notamment la musique classique, le jazz, la chanson francophone, les musiques du monde et les musiques émergentes.



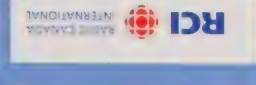
BANDA À PART: service de langue française qui présente, sans pause publicitaire, le meilleur des musiques émergentes francophones canadiennes et qui favorise la découverte des nouveaux artistes francophones du Canada.



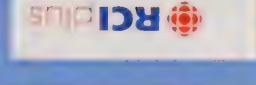
PREMIÈRE PLUS: service de langue française qui diffuse sans pause publicitaire des nouvelles, des actualités, des magazines et une programmation culturelle, notamment un horaire d'émissions de la Première Chaîne, à la radio par satellite de Sirius, chaîne 138



INFO PLUS: service d'information continue de langue française qui diffuse sans pause publicitaire des nouvelles et de l'actualité, un condensé du meilleur de la programmation de Radio-Canada, à la radio par satellite de Sirius, chaîne 187



RADIO CANADA INTERNATIONAL (RCI): service international de radio qui diffuse sans pause publicitaire dans neuf langues



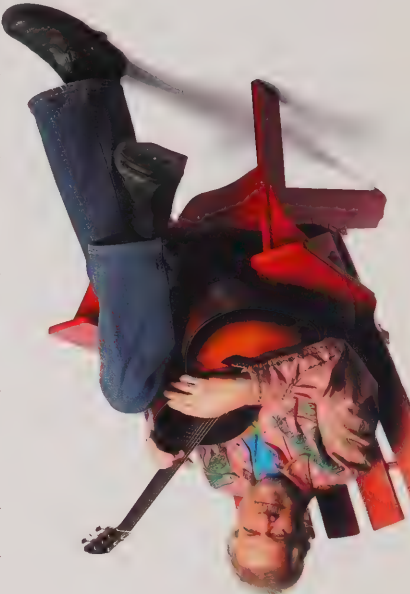
RCI PLUS: service offrant la programmation de Radio Canada internationale en huit langues et qui diffuse des émissions de ses partenaires canadiens et étrangers à la radio par satellite de Sirius, chaîne 188



RADIO-CANADA NORTH (CBC NORTH): services de radio et de télévision qui diffusent dans le Nord du Canada des émissions en français, en anglais et dans huit langues

RADIO ET RADIO PAR SATELLITE

PRIORITÉS DE LA SOCIÉTÉ➡➡



- ➔ Assurer une programmation distinctive de la plus grande qualité sur toutes les plateformes de diffusion.
- ➔ Reconnaître l'importance du reflet régional et de la réalité changeante du Canada.
- ➔ Assurer la viabilité de nos grilles canadiennes.
- ➔ Démontrer que CBC/Radio-Canada est une entreprise bien gérée et générer des recettes pour les réinvestir dans la programmation.
- ➔ Renforcer l'engagement de CBC/Radio-Canada à l'égard de l'ensemble de ses employés – les créateurs et ceux qui les soutiennent.
- ➔ Positionner CBC/Radio-Canada de façon à lui permettre de mieux remplir son mandat grâce à une sélection judicieuse d'alliances et de partenaires.
- ➔ Faire en sorte que CBC/Radio-Canada fonctionne davantage comme une entreprise intégrée.
- ➔ Resserrer les liens de CBC/Radio-Canada avec les parties intéressées.

Photos, en bas, de gauche à droite :
Christine Birak, CBC News at Six,
CBC Television.
Randy Bachman's Vinyl Tap,
CBC Radio One, Sirius 137.
Joanne Prince, Le radiojournal,
Première Chaîne, Sirius 187.



VISION, MISSION, VALEURS →

VISION

- Rassembler nos concitoyens autour d'un contenu canadien captivant

MISSION

- Créer une programmation distinctive et audacieuse. Une programmation conçue pour informer, éclairer et divertir. Une programmation reflétant les Canadiens et les régions canadiennes. Une programmation qui permet d'unir le pays et qui fait toute la lumière sur les grandes questions nationales et internationales. Une programmation diversifiée, fortement axée sur les nouvelles et les actualités, les dramatiques et la culture, mais ne négligeant pas pour autant notre engagement particulier à l'égard des émissions jeunesse

VALEURS FONDAMENTALES

- Au service du public canadien
- Une culture axée sur l'accomplissement
- Une organisation de création en renouvellement continu
- Travailler ensemble



Photos, en haut, de gauche à droite :
Canada Reads, CBC Radio One
(photo: Dona Acheson)
Radio-Canada.ca
Adrenne Arseneault, CBC News
This Hour Has 22 Minutes
CBC Television
Anthony German in Beijing
CBC Radio One, CBC News
Dany Turcotte, Guy A. Lepage
Tout le monde en parle

RESPONSABILITÉ ENVERS LE PUBLIC➡➡

CBC|Radio-Canada est tenue d'informer les Canadiens quant à sa façon de respecter ses engagements. Cette responsabilité s'exerce par l'entremise d'une variété de circuits de communications.

justes et équilibrés. Toute plainte non résolue par les services de programmation à la satisfaction du plaignant est examinée et traitée par l'un des deux ombudsmans de la Société, qui sont complètement indépendants par rapport au personnel et aux responsables de la programmation de CBC|Radio-Canada et qui relèvent directement du Conseil président-directeur général et, de ce fait, du Conseil d'administration de la Société. Ces deux ombudsmans jouent un rôle central pour renforcer la responsabilité du radiodiffuseur public national et sa transparence à l'égard des Canadiens. Selon le cas, on peut joindre l'ombudsman à l'une ou à l'autre des adresses suivantes : Bureau de l'ombudsman, Services français, CBC|Radio-Canada, CP 6000, Montréal (Québec) H3C 3A8 (ombudsman@Radio-Canada.ca) ou The Ombudsman, English Networks, CBC|Radio-Canada, PO Box 500, Station A, Toronto ON M5W 1E6 (ombudsman@CBC.ca).

CODES DE CONDUITE

Les employés de CBC|Radio-Canada de tous les échelons sont tenus de se conformer aux politiques qui régissent leur conduite dans les domaines suivants : conflits d'intérêts et éthique, politique sur la dénonciation, langues officielles, harcèlement, et activités politiques. On peut consulter en ligne certaines politiques des Ressources humaines de CBC|Radio-Canada à l'adresse suivante :

<http://www.cbc.radio-canada.ca/docs/politiques/index.shtml>.

ACCÈS À L'INFORMATION

À compter de septembre 2007, CBC|Radio-Canada sera assujettie à la *Loi fédérale sur l'accès à l'information*. Des mesures protectrices permettront à la Société de respecter la Loi tout en préservant, dans les domaines journalistique, de la création et de la programmation, l'indépendance fondamentale à tout radiodiffuseur public national digne de ce nom. Plus particulièrement, l'article 68.1 de la *Loi sur l'accès à l'information* stipule que « la présente Loi ne s'applique pas aux renseignements qui relèvent de la Société Radio-Canada et qui se rapportent à ses activités de journalisme, de création ou de programmation, à l'exception des renseignements qui ont trait à son administration ». Ces mesures s'appliquent également à d'autres radiodiffuseurs publics tels que la British Broadcasting Corporation et l'Australian Broadcasting Corporation, soumis, eux aussi, à une semblable législation.

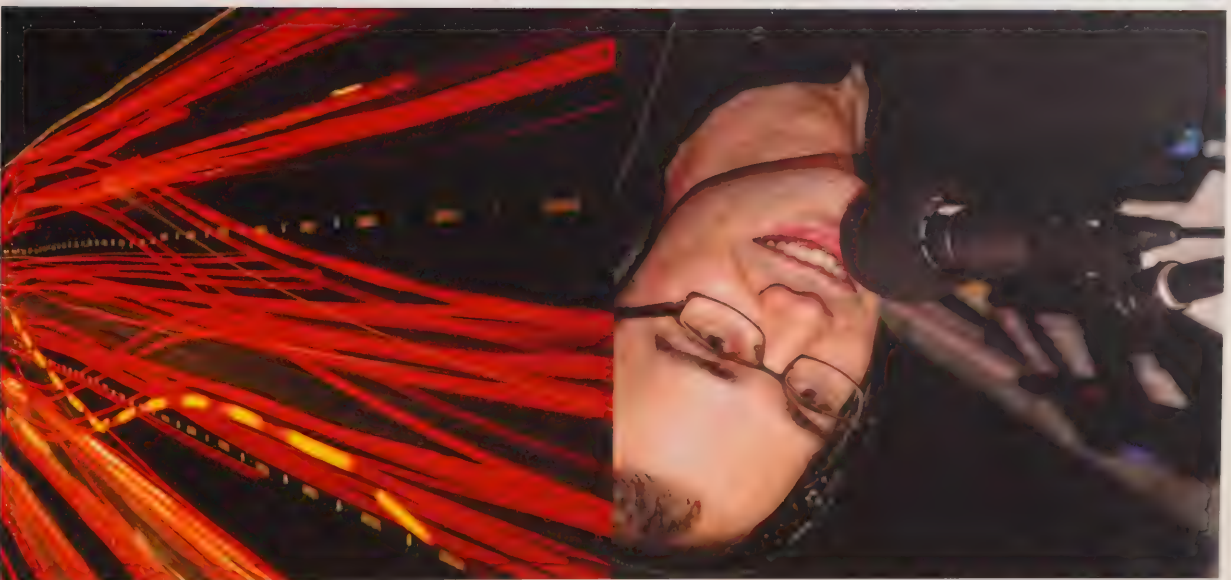
OUVERTE ET TRANSPARENTE

La Société rend des comptes au Parlement, par l'intermédiaire de la ministre du Patrimoine canadien, dans son Rapport annuel et son sommaire du Plan d'entreprise, au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) en fournissant les rapports d'activité et les relevés financiers requis à la fin de l'année de radiodiffusion, ainsi qu'aux parties intéressées au cours de discussions ouvertes et par l'intermédiaire de ses sites Web. Voici quelques exemples de documents par lesquels la Société rend des comptes :

- ➔ Rapport annuel de CBC|Radio-Canada au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). Comparaisons annuelles devant des comités parlementaires (Patrimoine canadien, Langues officielles, Comptes publics, Sénat).
- ➔ Plan d'entreprise de CBC|Radio-Canada et sommaire du Plan d'entreprise.
- ➔ Rapport annuel de CBC|Radio-Canada.
- ➔ Rapport sur l'examen spécial de la vérificatrice générale.
- ➔ Vérification d'attestation annuelle de la vérificatrice générale.
- ➔ Rapport annuel sur l'équité en matière d'emploi envoyé à Ressources humaines et développement des compétences Canada (RHDC).
- ➔ Rapport sur la mise en application de l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles*.
- ➔ Comptes publics du Canada.
- ➔ Affichage sur le site Web de la Société des dépenses de voyage et d'accueil du président-directeur général et du président du Conseil d'administration.

NORMES ET PRATIQUES JOURNALISTIQUES

CBC|Radio-Canada applique des Normes et pratiques journalistiques très complètes et dispose de solides mécanismes de contrôle éditorial pour guider ses employés et s'assurer que ceux qui travaillent dans le secteur de la programmation présentent en ondes des points de vue et des comptes rendus



Une autre nomination a eu lieu au cours de l'exercice :

Howard McNairt de Halifax en Nouvelle-Ecosse, dont le mandat est venu à expiration, a été remplacé par Edna Turpin de St. John's à Terre-Neuve-et-Labrador.

COMITÉ DU CONSEIL D'ADMINISTRATION
COMITÉ PERMANENT SUR LA RADIODIFFUSION DE
LANGUE ANGLAISE ET FRANÇAISE

Ces Comités sont établis conformément à l'article 45 de la Loi sur la radiodiffusion. Leur mandat consiste à s'assurer que la Société remplit ses responsabilités en matière de radiodiffusion en langue française et en langue anglaise et qu'elle respecte son mandat général, tel qu'il est stipulé dans la Loi.

Comité de vérification

Le mandat du Comité de vérification consiste à surveiller l'intégrité de l'information et des rapports financiers de la Société, du cadre de contrôle interne et de gestion des risques sans oublier le processus de vérification.

Comité des nominations et de la gouvernance

Le mandat du Comité des nominations et de la gouvernance est centré sur le cadre de gouvernance du Conseil d'administration, à l'appui des lignes directrices et des processus. Les points couverts sont les suivants : mandat du Conseil, du président du Conseil, du président-directeur général, des administrateurs et des Comités du Conseil, le processus d'évaluation du Conseil, le programme de relève, l'orientation et la formation des membres du Conseil, le code de conduite et les règles régissant les conflits d'intérêts des administrateurs.

Comité des ressources humaines

et de la rémunération

Le Comité des ressources humaines et de la rémunération est chargé de superviser tous les aspects des stratégies de ressources humaines de la Société, dont les politiques, la rémunération des

dirigeants, la planification de la relève, les relations industrielles, la santé et la sécurité, et l'environnement.

Comité spécial sur l'appui du public

Le Comité spécial sur l'appui du public a le mandat, en collaboration avec la direction, d'explorer les moyens pour la Société de s'assurer l'appui du public.

RÉMUNÉRATION DES
ADMINISTRATEURS

Le président du Conseil est rémunéré conformément aux modalités du décret en vertu duquel il est nommé. Les administrateurs (à l'exclusion du président du Conseil et du président-directeur général) reçoivent des honoraires pour leur participation aux réunions du Conseil et des comités, en vertu de la grille suivante :

- Conseil – 2 000 \$ (six réunions par an)
- Comité de vérification – 1 300 \$ (six réunions par an)
- Tous les autres comités – 1 000 \$ (six réunions par an)

(habituellement, de quatre à six réunions par an)

Pour les conférences téléphoniques du Conseil ou d'un comité, les honoraires s'élèvent à 250 \$.

Les administrateurs ne sont en droit de recevoir qu'un seul montant d'honoraires par jour (24 heures), même s'ils assistent à plus d'une réunion pendant ces 24 heures.

Les administrateurs ne reçoivent pas d'avance annuelle sur leur rémunération pour remplir leurs fonctions de membres du Conseil d'administration de

CBC|Radio-Canada.

Pour 2006–2007, le montant total de la rémunération versée aux administrateurs était de 127 037,50 \$.

Photos page 6, de haut en bas :

Pierre Craig, La facture, Télévision de Radio-Canada
CBC News, Federal Election Night coverage.
Dragon Boys, CBC Television.

Photos page 10, de haut en bas :

Alexandre Courteau, Bande à part, Sirius 93.
Krzysztof Rudy, Living Newfoundland and Labrador, CBC Television.
Christiane Charette, Première Chaîne, Sirius 138.

GOUVERNANCE ➔

FAITS SAILLANTS

RÔLE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Participation des administrateurs à la planification stratégique : un rôle revu et augmenté

Sous la direction du Comité des nominations et de la gouvernance, le Conseil d'administration a examiné le rôle qu'il joue dans la définition de l'orientation stratégique de la Société et a adopté une approche plus interactive et plus approfondie pour ce qui est du cycle de planification stratégique

GESTION DES RISQUES

Gestion des risques : un cadre institutionnel renforcé

Sous la houlette du Comité de vérification, le Conseil d'administration a apporté plusieurs améliorations destinées à renforcer le rôle de supervision du Conseil par rapport au cadre institutionnel de gestion des risques. Ces améliorations prennent la forme de rapports réguliers sur les principaux risques institutionnels, envoyés au Conseil par l'intermédiaire du Comité de vérification, d'une évaluation annuelle de l'efficacité des stratégies de gestion des risques et d'une amélioration des techniques d'atténuation des risques et de l'évaluation des risques.

CONFLITS D'INTÉRÊTS

Conflits d'intérêts au sein du Conseil : un processus de divulgation revu et clarifié

Le Comité des nominations et de la gouvernance a revu les processus en place à CBC/Radio-Canada pour divulguer et gérer les conflits d'intérêts potentiels qui pourraient concerner les administrateurs. Après avoir envisagé plusieurs solutions, le Comité a appuyé le processus actuel en exigeant qu'un rapport régulier lui soit envoyé sur tout problème de conformité aux exigences de divulgation et sur toute autre question de conflits d'intérêts.

COMPOSITION DU CONSEIL

D'ADMINISTRATION

Le président du Conseil d'administration, Guy Fournier, a démissionné le 19 septembre 2006. À la fin de l'exercice financier, le gouvernement n'avait pas encore nommé de remplaçant. Conformément aux dispositions de la Loi sur la radiodiffusion, le président-directeur général assure l'intérim pendant la vacance du poste de président du Conseil.

EVALUATION DE L'EFFICACITÉ DU CONSEIL

Évaluation du Conseil : terminée en juin 2006

Un consultant indépendant en matière de gouvernance recruté par le Secrétaire général a mené une évaluation confidentielle du Conseil et a préparé un rapport complet sur les résultats de cette évaluation, rapport qui a été examiné à la réunion du Conseil d'administration de juin 2006.

FORMATION DES ADMINISTRATEURS

Formation des administrateurs sur la gestion des risques, la mesure du rendement et les enjeux touchant le secteur de la radiodiffusion

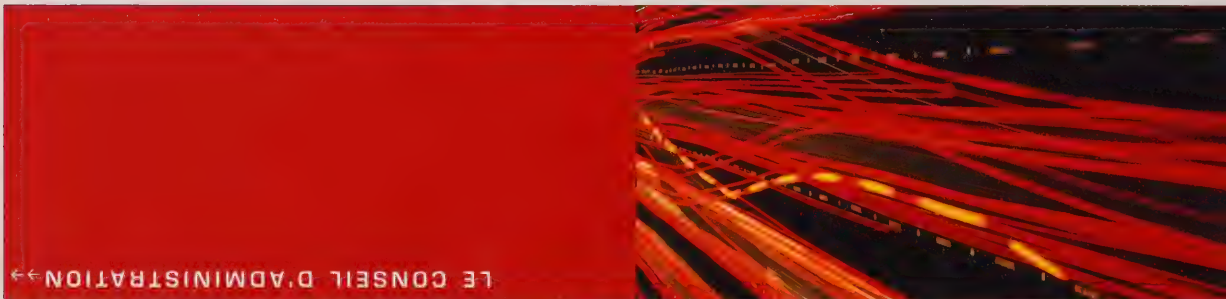
Les membres du Conseil ont participé à plusieurs séances de formation pendant l'année dans le cadre de la formation et du perfectionnement continus offerts au Conseil.

INFORMATION DESTINÉE AU CONSEIL

Exposés au Conseil : lignes directrices revues et précisées

La direction et le Conseil d'administration entretiennent un dialogue constant pour s'assurer que le Conseil reçoit l'information dont il a besoin pour fonctionner de manière efficace et prendre des décisions éclairées. Des lignes directrices révisées ont été préparées en 2006-2007 dans le but d'améliorer la qualité de la documentation présentée au Conseil et de clarifier ce que l'on attend de la direction pour la préparation des documents à présenter au Conseil.





LE CONSEIL D'ADMINISTRATION ➡➡

En vertu de la Loi sur la radiodiffusion, le Conseil est responsable de la gestion de la Société. Le Conseil comprend 12 membres, y compris le président du Conseil et le président-directeur général, qui sont nommés par le gouvernement.

Présence des administrateurs aux réunions du Conseil et des Comités

Robert Rabinovitch Président-directeur général (depuis novembre 1999) Président du Conseil d'administration par intérim (depuis le 19 septembre 2006) Ottawa (Ontario)	Johanne Brunet Professeure spécialisée en marketing HEC Montréal Montréal (Québec)	Bernad Christinas Premier vice-président et Chef national autonome des services professionnels Hill & Knowlton Canada Edmonton (Alberta)	Nezhath Khosrowshahi Investment Investments Inc. Vancouver (Colombie-Britannique)
Hélène F. Fortin Associée GHL, Comptables Agréés Saint-Lambert/Brossard (Québec)	Peter Herndorf Président et chef de la direction Saint-Paul-d'Abbotsford (Québec)	Yasmin Jivraj Présidente et copropriétaire Acrodex Ottawa (Ontario)	Edna Turpin Consultante de direction St. Johns (Terre-Neuve-et-Labrador) (depuis décembre 2006)
Howard McNutt Associée Golich + Company Halifax (Nouvelle-Écosse) (jusqu'en décembre 2006)	Guy Fournier Président du Conseil d'administration (du 6 octobre 2005 au 19 septembre 2006)	K. (Raj) Sahi Président et chef de la direction Hutton-Belleville Inc. Toronto (Ontario)	Trina McQueen Présidente Hutton-Belleville Inc. Toronto (Ontario)

Conseil	Comité des nominations et de la gouvernance	Comité des ressources humaines et de la rémunération	Comité de vérification	Comités permanents sur la radiodiffusion de langue française et de l'anglais	Comité spécial sur l'appui du public (6 réunions et 1 conférence téléphonique)
7/7	N/A	4/4	N/A	3/3	N/A
Robert Rabinovitch	7/7	N/A	4/4	3/3	N/A
Guy Fournier et	3/3	N/A	2/2	3/3	N/A
Johanne Brunet	7/7	N/A	7/7	3/3	7/7
Bernad Christinas	6/7	N/A	7/7	3/3	N/A
Hélène Fortin	7/7	N/A	7/7	3/3	N/A
Peter Herndorf	7/7	4/4	N/A	3/3	7/7
Yasmin Jivraj	6/7	2/4	N/A	1/3	N/A
Nezhath Khosrowshahi	5/7	4/4	3/4	2/3	N/A
Howard McNutt et	4/5	3/3	N/A	2/3	N/A
Trina McQueen	7/7	N/A	3/4	3/3	6/7
K. (Raj) Sahi	1/7	1/4	N/A	1/3	N/A
Edna Turpin et	2/2	N/A	1/1	N/A	N/A

Le présent rapport fournit la liste des présences du 1^{er} avril 2006 au 31 mars 2007.

a) Guy Fournier a remis sa démission comme président du Conseil le 19 septembre 2006; présences consignées jusqu'à cette date.
b) Le mandat de Howard McNutt a pris fin en décembre 2006; présences consignées jusqu'à cette date.
c) Edna Turpin est devenue membre du Conseil en décembre 2006.





CBC/Radio-Canada est financée
ou trois ans. Malgré cette réalité,
seront mises en ondes dans deux
pour produire des émissions qui

**L'établissement d'un examen
régulier et officiel de notre
mandat par le gouvernement
contribuerait à la fois à
résoudre nos difficultés
financières et à affirmer notre
rôle dans le système canadien
de la radiodiffusion.**

**ADIEUX ET
REMERCIEMENTS**

Le résultat de l'examen du mandat
ferait l'objet d'une sorte de contrat
avec les Canadiens, et répondrait à une
question fondamentale : qu'attendent
les Canadiens de leur radiodiffuseur
à CBC/Radio-Canada la stabilité
nécessaire pour planifier de façon
efficace, et rendre la Société encore
plus responsable devant le gouver-
nement et devant ce qui lui tient
lieu d'actionnaires, le public canadien.

nombre croissant de chaînes qui
travaillent pour faire main basse
sur ces revenus, par les nouvelles
technologies qui permettent aux
téléspectateurs de sauter les
pauses publicitaires, et par
la migration des dépenses
publicitaires vers Internet
et les autres plateformes.
Etant donné l'importance
de ces défis, nous sommes
particulièrement heureux de
l'annonce du gouvernement
fédéral, à la fin du mois de
mars 2007, qui confirme
l'octroi d'une somme
additionnelle de 60 millions
de dollars pour le
financement de notre
programmation canadienne, à
l'échelle de tous nos services,
et ce, pour chacune des deux
prochaines années fiscales.

**QU'ATTENDENT LES
CANADIENS DE LA
RADIODIFFUSION PUBLIQUE?**

Je crois que l'établissement d'un
examen régulier et officiel de
notre mandat par le gouvernement
contribuerait à la fois à résoudre
nos difficultés financières et à
affirmer notre rôle dans le système
canadien de la radiodiffusion. Un
tel examen, sous quelque forme
que ce soit, exposerait clairement
aux Canadiens ce que leur
radiodiffuseur public national est
en mesure de leur offrir en
échange du financement public
considérable qu'il reçoit. Il s'agit
d'une pratique courante : la BBC,
par exemple, vient de terminer
l'examen de son mandat, qui a
lieu tous les dix ans, comme c'est
le cas pour les radiodiffuseurs
publics nationaux d'Irlande et
d'Afrique du Sud.

les employés de la Société.
à travailler avec les administrateurs et
compétent. J'ai eu un immense plaisir
ainsi qu'à notre personnel dévoué et
l'égard de la radiodiffusion publique,
enthousiasme et leur engagement à
de CBC/Radio-Canada pour leur
membres du Conseil d'administration
que l'aventure exprimait une grande
à travailler avec les administrateurs et
compétent. J'ai eu un immense plaisir

ROBERT RABINOVITCH
PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL
ET PRÉSIDENT DU CONSEIL
D'ADMINISTRATION PAR INTERIM

des réalisateurs d'ici.
Canadiens, et mettraient en valeur
sensibilités et les points de vue des
réfléchiraient les expériences, les
le FCT, très peu d'émissions
aux heures de grande écoute. Sans
regardent la télévision, c'est-à-dire
au moment où les Canadiens
concurrents, et nous le présentons
contenu canadien que tous nos
effort, nous diffusons plus de
pour CBC/Radio-Canada. En
qualité est particulièrement vital
création d'émissions de grande
producteurs indépendants pour la
canadien de télévision (FCT) aux
le soutien offert par le Fonds
de planification. Pour cette raison,
considérablement notre processus
financière compliquée donc
sur une base annuelle. L'instabilité

Enfin, le modèle de financement
basé sur les revenus publicitaires,
sur lequel s'est appuyée la
télévision traditionnelle pendant
des dizaines d'années, tombe en
désuétude. La fragmentation des
revenus publicitaires des diffuseurs
traditionnels s'explique par le

UN, DEUX, TROIS, PARTEZ!->

CBC/Radio-Canada a continué d'être le chef de file dans le domaine des nouvelles plateformes et des technologies de diffusion qui donnent aux auditoires toujours plus de choix.

TOUCHER UN PLUS GRAND NOMBRE DE CANADIENS SUR TOUTES LES PLATEFORMES

CBC/Radio-Canada demeure le chef de file en matière de nouvelles plateformes et technologies de diffusion qui offrent sans cesse de nouvelles possibilités aux auditoires.

Le service de radio par satellite Sirius Canada, dont CBC/Radio-Canada est partenaire, diffuse notre programmation sur six de ses 11 chaînes canadiennes, ce qui accroît notre auditoire aux États-Unis et au Canada. Durant sa première année d'exploitation, Sirius Canada a attiré deux fois plus d'abonnés que son principal concurrent.

Les émissions de CBC/Radio-Canada en baladodiffusion ont obtenu un succès remarquable, avec plus d'un million de téléchargements par mois. Elles ont rallié un nouvel auditoire, qui s'intéresse non seulement à la musique, mais aussi aux nouvelles et aux émissions informatives et scientifiques.

Les amies lumineuses et la baladodiffusion hebdomadaire de CBC Radio 3 deviennent les records de téléchargements. CBC et Radio-Canada ont conservé leurs titres parmi les trois sites Web de nouvelles et de médias anglais et français les plus populaires au Canada. Chaque mois, plus de trois millions de Canadiens visitent CBC.ca, et 1,5 million d'internautes se branchent à Radio-Canada.ca.



À partir de leur domicile, cette année a aussi marqué le lancement de notre nouveau service de radio par Internet RCI viva, qui s'adresse en huit langues aux nouveaux arrivants et aux futurs immigrants au Canada, afin de les aider à mieux comprendre les coutumes, la culture et les valeurs de leur terre d'accueil.

En 2006-2007, nous avons aussi annoncé deux centres majeurs de plusieurs années pour la diffusion d'émissions sportives avec la Ligue nationale de hockey et la FIFA. Ces ententes nous permettent d'offrir une couverture dynamique des matchs non seulement à la Télévision et à la Radio, mais aussi grâce aux Nouveaux Médias, notamment les téléphones mobiles et la vidéo sur demande. Notre accord avec la FIFA comprend la diffusion des parties de soccer par nos services français et anglais de 2007 à 2014. Notre nouveau contrat de six ans avec la LNH, qui continue, quant à lui, d'être le partenariat de droits de diffusion le plus ancien de l'histoire, concerne nos services anglais et multilingues et comprendra dès la saison 2008-2009.

DEFS FINANCIERS FONDAMENTAUX

Nos importantes réalisations en 2006-2007 sont le fruit d'une transformation en profondeur de CBC/Radio-Canada qui s'est opérée au cours des sept dernières années, grâce à une efficacité et à une cohésion accrues, nous avons pu réaliser des économies annuelles de 78 millions de dollars et, en 2006-2007, nous avons dégagé des revenus non publicitaires de 80 millions de

Aujourd'hui, le financement de CBC/Radio-Canada est de 3,3 pour cent inférieur, en dollars constants, à ce qu'il était en 1990, bien que nous offrions plus de services que jamais sur un plus grand nombre de plateformes. En même temps, les coûts de production suivent une courbe ascendante, et nous devons constamment investir dans les nouvelles technologies pour continuer de répondre à la demande des Canadiens.

En particulier, en 2009, les télédiffuseurs américains devront abandonner la transmission analogique pour se convertir entièrement au numérique, c'est-à-dire à la télévision haute définition (TVD). Si CBC/Radio-Canada, de même que tous les télédiffuseurs canadiens, ne prennent pas eux aussi le virage de la TVHD, le public canadien se tournera avec raison vers les chaînes américaines, qui leur offriront une image de qualité supérieure. Bien que CBC/Radio-Canada soit parvenue à générer de nouveaux revenus, nos ressources existantes s'avèrent insuffisantes pour relever le défi financier que représente une transition rapide à la transmission numérique et à la TVHD.

Par ailleurs, la radiodiffusion exige une planification et des investissements à long terme, pour intervenir en temps opportun. Malgré cela, nous sommes toujours soumis à une importante pression financière qui, si elle n'est pas atténuée, entravera notre capacité d'offrir aux Canadiens les services qu'ils désirent et qu'ils méritent.





DES NOUVELLES QUI PARLENT AUX CANADIENS

D'après les sondages, les Canadiens veulent plus de nouvelles locales accessibles sur la plateforme de leur choix; c'est pourquoi, cette année, CBC News a accéléré l'intégration de ses services de nouvelles régionales. Dans le cadre

Cette année, nous avons
augmenté nos cotes
d'écoute en offrant aux
Canadiens des émissions
qui correspondent
davantage à leurs goûts.

d'un projet pilote lancé à Vancouver en janvier 2007, CBC News met en œuvre un système de nouvelles entièrement intégré, interactif, axé sur les régions et les nouvelles locales, offert sur demande 24 heures sur 24 aux auditoires et sur la plateforme de leur choix. Il exploitera les forces traditionnelles de CBC News et offrira à son auditoire un nouveau niveau de service, caractérisé notamment par la participation des membres de la collectivité, qui nous aideront à déterminer les nouvelles les plus importantes et contribueront au contenu de nos reportages, qu'ils pourront ensuite voir et entendre à la télévision, à la radio, sur le Web ou grâce aux technologies sur demande comme la vidéo en continu et la messagerie texte. Nous espérons que les résultats de ce projet imprimeront une direction à nos services de nouvelles régionales dans tout le pays.

programmation de service public qui est crédible, foncée et novatrice, ouverte sur le monde et sur la différence. Cette année, la Télévision de Radio-Canada a présenté 17 dramatiques originales, dont 11 nouvelles émissions, soit plus que tout autre télédiffuseur au Canada. Et le public les a très bien accueillies: par exemple, C-4, a récolté une part d'auditoire de 20 pour cent, et la série *Les hauts et les bas de Sophie Paquin* a récolté une part d'auditoire de 18 pour cent. *Tout le monde en parle* et *Le match des étoiles*, de retour cette saison, ont récolté respectivement 50 pour cent et 26 pour cent de parts d'auditoire.

La Radio de Radio-Canada a obtenu une part d'auditoire combinée record de 16,7 pour cent au printemps 2007 (BBM). Première Chaîne à Québec est la plus écoutée dans cette région. La Première Chaîne de la Radio de Radio-Canada a lancé toute une gamme de nouvelles émissions, notamment *De remarquables oubliés*, qui brosse le portrait de figures historiques peu connues, et *L'autre midi à la table d'à côté*, dans laquelle deux personnalités échangent leurs idées sur un sujet d'actualité autour d'un bon repas, tandis qu'Espace musique a lancé cette année de nouvelles émissions qui élargissent le spectre des styles de musique présentés aux auditeurs sur cette chaîne.

En réponse à un sondage approfondi sur les besoins et les préférences du public canadien, CBC Radio a entrepris en mars 2007 la première phase de la réorganisation majeure de la programmation de CBC Radio One et de CBC Radio 2. Ces changements font de CBC Radio 2 une vitrine unique pour les meilleurs artistes canadiens de divers genres musicaux, et permettent d'élendre le contenu artistique et culturel sur les ondes de CBC Radio One. Les deux réseaux ont obtenu des parts d'auditoire élevées au cours du printemps 2007, avec une part globale combinée de 13,1 pour cent ainsi qu'une part combinée de 15 pour cent et de 17 pour cent pour le samedi et le dimanche respectivement (BBM). En fait, les émissions du matin de CBC Radio occupent les trois premières places dans 14 marchés et, plus particulièrement, la première place à Toronto, Vancouver, Ottawa et Halifax. Cette année, l'intégration de la Télévision, de la Radio et d'Internet a permis d'énrichir la programmation. Par exemple, les nouvelles émissions de radio et les sites Web des émissions de télévision *La semaine verte* et *L'heure de gloire* présentent maintenant au public un contenu plus varié et approfondi. Tout en poursuivant son positionnement dans le marché concurrentiel de la télévision française, la Télévision de Radio-Canada a réussi à maintenir des cotes d'écoute élevées. Le réseau a continué de raffiner son approche d'une

UN LEADERSHIP CONFIRME

DANS L'ÉVOLUTION DE LA RADIODIFFUSION CANADIENNE

Nous avons aussi accompli des progrès considérables et sans précédent en ce qui a trait au constant renouvellement de notre programmation, qui rallie un nouveau public et vient grossir notre auditoire habituel grâce à des émissions engageantes, informatives et stimulantes.

Nous avons de bonnes raisons d'être fiers de ces réalisations exceptionnelles, mais nous savons aussi que les changements rapides amenent leur lot de difficultés, qui vont s'amplifier avec le temps, et pour lequel nous devons sans cesse évoluer et nous adapter. En 2006-2007, le processus de constant renouvellement a produit des résultats plus que prometteurs pour l'avenir.

NOTRE NOUVELLE PROGRAMMATION PASSE LA RAMPE

Cette année, nous avons augmenté nos cotes d'écoute en offrant aux Canadiens des émissions qui correspondent davantage à leurs goûts, notamment canadiens, internationales et reflétant la diversité

En janvier 2007, la première émission de CBC Télévision issue de la réorganisation de l'ensemble de la programmation du réseau a connu un succès retentissant. En effet, le premier épisode de *Little Mosque on the Prairie* a obtenu un auditoire de 3,7 millions. En général, CBC Télévision a augmenté le nombre d'heures de programmation canadienne de divertissement qu'elle a offert cette année, et un florilège de nouvelles émissions passionnantes prendront l'antenne à l'automne.



REAGIR AU

CHANGEMENT DE FAÇON EFFICACE

Pour être en mesure de suivre l'évolution de la radiodiffusion au Canada et même d'en prendre la tête, CBC/Radio-Canada doit continuellement s'adapter aux nouvelles technologies ainsi qu'aux besoins et aux préférences du public, qui changent rapidement.

CBC/Radio-Canada touche un plus grand nombre de Canadiens sur des plateformes plus variées que jamais, et cette année, nous avons continué d'investir dans les nouvelles technologies et les nouveaux services. Nos 28 services sont distribués par télévision et radio hertziennes et sur Internet, à la radio par satellite, en radiodiffusion, sur les téléphones cellulaires et par l'intermédiaire des assistants numériques personnels, et par d'autres moyens.

En l'espace de quelques années, les transformations qu'a subies le paysage audiovisuel canadien l'ont rendu presque méconnaissable. Aujourd'hui, des centaines et même des milliers de chaînes de télévision, de stations de radio et de sites Web sont offerts aux Canadiens, et grâce aux nouvelles technologies, ils ont accès à ce contenu au moment et sur la plateforme de leur choix.

Parallèlement, les médias canadiens sont de plus en plus concentrés dans les mains de quelques grandes sociétés, et il en résulte un larnage de l'éventail des services au détriment de la pluralité des opinions et des idées. Pourtant, la diversité de la société canadienne ne cesse de s'enrichir grâce à l'arrivée d'immigrants provenant de toutes les régions du monde.

Au cœur de tous ces changements, le radiodiffuseur public national n'est pas simplement un acteur, il est essentiel. En effet, CBC/Radio-Canada contribue à ce que la différence ne soit pas une fracture sociale et l'isolement des collectivités. Nous offrons un espace public unique où les Canadiens peuvent communiquer entre eux et avec le reste du monde. Nous sommes le point de rencontre des collectivités et nous favorisons la diversité.



Des chiffres qui parlent.

3,7 millions : Auditoire du premier épisode de la série de CBC Television, *Little Mosque on the Prairie*.

50 pour cent : Part d'auditoire pour 2006-2007 de

l'émission Tout le monde en parle, diffusée à la Télévision de Radio-Canada.

13 : Nombre de zones urbaines où les émissions locales du matin de CBC Radio One arrivent en première ou en deuxième position.

16,7 pour cent : Part d'auditoire au printemps 2007 de la Radio de Radio-Canada.

3 millions : Nombre de visiteurs uniques qui consultent le site *CBC.ca* chaque mois à partir de la maison.

1,5 million : Nombre de visiteurs uniques qui consultent le site *Radio-Canada.ca* chaque mois à partir de la maison.

300 000 : Nombre d'abonnés à la radio par satellite de Sirius Canada au 1^{er} janvier 2007 (six des 11 chaînes canadiennes de Sirius Canada sont des chaînes de CBC | Radio-Canada).

1,4 million : Nombre d'abonnés qui écoutent Galaxie à chaque semaine.

DES CHANGEMENTS RAPIDES, SANS PRÉCÉDENT



TABLE DES MATIÈRES

Message du PDG et du président	2
du Conseil par intérim	2
Le Conseil d'administration	7
Gouvernance	8
Responsabilité envers le public	11
Vision, mission, valeurs	12
Priorités de la Société	13
Les services de CBC/Radio-Canada	14
Analyse contextuelle du radiodiffuseur	17
public national du Canada	17
Faits saillants	26
Analyse de la direction	27
Indicateurs de rendement clés	28
Buts et réalisations des composantes médias	32
Effet régional, diversité et services	49
aux communautés	49
En coulisses	52
Etats financiers	55

PLACE AU CONTENU

Nos auditoires ont accès à un contenu canadien unique, introuvable ailleurs, diffusé par nos services traditionnels, mais aussi sur des plateformes novatrices comme Internet, la radio par satellite, la baladodiffusion, la vidéo pour les téléphones cellulaires et les assistants numériques, et bien d'autres encore.

PLACE À LA PROGRAMMATION

Nous renouvelons constamment notre programmation pour mieux répondre aux attentes des Canadiens qui nous demandent des émissions percutantes, informatives, évocatrices, mais divertissantes aussi.

PLACE AUX GENS

Nous resserrons nos liens avec les collectivités et les régions du Canada grâce à une couverture plus fouillée de l'actualité, des arts et de la culture à l'échelle locale et régionale. Nous donnons aux auditoires plus de moyens de nous dire ce qui les intéresse le plus.

En 2006-2007, plus que jamais, nous avons été présents dans la vie des Canadiens.

ET CE N'EST QU'UN DÉBUT.



LA SOCIÉTÉ CANADIENNE ÉVOLUE À UN RYTHME SANS PRÉCÉDENT. IL EN EST DE MÊME POUR LA TECHNOLOGIE DE LA RADIODIFFUSION ET LE SECTEUR CANADIEN DE LA RADIODIFFUSION. POUR S'ASSURER DE CONSERVER SA RAISON D'ÊTRE AUX YEUX DES CANADIENS, CBC | RADIO-CANADA SE TRANSFORME CONTINUUELLEMENT POUR GARDER UNE LONGUEUR D'AVANCE SUR LE CHANGEMENT.

ACTION ➡

DES CHANGEMENTS RAPIDES, SANS PRÉCÉDENT





3 1761 11549824 8

CBC Radio-Canada



COMMENT S'ADAPTER AU CHANGEMENT? EN PRENANT UNE LONGUEUR D'AVANCE

